

**TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI**  
**FAKULTA TEXTILNÍ**

# **BAKALÁŘSKÁ PRÁCE**

**Liberec 2011**

**Lenka Růžičková**

**TECHNICKÁ UNIVERZITA V LIBERCI**

**FAKULTA TEXTILNÍ**



Studijní program: B3107 Textil

Studijní obor: 3107R007 Textilní marketing

**Oděv jako výraz životního postoje teenagerů ovlivněného  
hudebními styly**

**Clothing as an expression of attitude in teenager's life  
influenced by musical styles**

Lenka Růžičková

KHT - poř. č. 764

**Vedoucí bakalářské práce:** Ing. Vladimír Bajzík, Ph.D

**Rozsah práce:**

Počet stran textu..... 38

Počet obrázků..... 4

Počet tabulek..... 10

Počet grafů ..... 10

Počet stran příloh ..... 22

Zadání bakalářské práce

(vložit originál)

## **Prohlášení**

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu TUL.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědom povinnosti informovat o této skutečnosti TUL; v tomto případě má TUL právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím bakalářské práce a konzultantem.

V Liberci dne 2. 5. 2011

Podpis .....

## **PODĚKOVÁNÍ**

Touto cestou bych ráda poděkovala vedoucímu této bakalářské práce Ing. Vladimíru Bajzíkovi za cenné rady, připomínky a odborné vedení, které mi poskytl při zpracování práce.

Dále bych ráda poděkovala své dceři Evě Růžičkové a všem studentům, kteří mi poskytli potřebné informace nebo jiné podněty a tím přispěli k její tvorbě.

# ANOTACE

Růžičková, L., Oděv jako výraz životního postoje teenagerů ovlivněného hudebními styly.  
Bakalářská práce, TF TUL Liberec, 2011

Móda, hudba a tanec provází člověka od nepaměti, tanec dával průchod pocitům jako je štěstí, žal, zaháněl demony nebo také prosil bohy o jejich přízeň. Tanečník znázorňoval to, co vidí a co ho vlastně k tanci vyprovokovalo. Otázky dnešní mládeže se nijak neliší od našich předků, řeší jako dříve co na sebe a jak se rozlišit nebo také například nějak ovlivnit přitažlivost pro druhé pohlaví. Je to móda, módní výstřelky, sport nebo hudba? Co vlastně ovlivňuje dnešní mládež v odívání?

## KLÍČOVÁ SLOVA:

teenager, hudební styly, odívání mladých, faktory ovlivňující chování teenagerů, průzkum trhu, dotaz

# ANNOTATION

Růžičková, L., Clothing as an expression of attitude in teenager's life influenced by musical styles. Bachel Work, TF TUL Liberec, 2011

Fashion, music and dance accompany a man from time immemorial, dance vented feelings such as happiness, grief, chased away demons or begged gods for their loyalty. Dancer illustrated what he sees and what actually incited him to dance. Issues facing young people today are no different from our ancestors, as in the past also now youth deal with what to wear and how to distinguish or for example how to influence the attractiveness to the opposite sex. It's fashion, fads, sports, or music? What really affects the youth of today in clothing?

## KEY WORDS:

a teenager, Music Styles, clothing of young people, Factors influencing the behavior of teenagers, market research, Question

# 1 Obsah

<b>ANOTACE .....</b>	<b>1</b>
<b>2 Cíl práce.....</b>	<b>5</b>
<b>3 Úvod .....</b>	<b>6</b>
<b>4 Hudební styly, jejich podstata a vývoj.....</b>	<b>7</b>
4.1 Funk.....	7
4.2 Disko.....	8
4.2.1 Počátek a vznik .....	8
4.2.2 Jak se správně obléct na diskotéku dnes.....	9
4.3 Hip hop .....	10
4.3.1 Počátek a vznik .....	10
4.3.2 Inspirace a oblečení hip hoperů .....	11
4.4 Rock.....	12
4.4.1 Počátek a vznik .....	12
4.4.2 Rocková móda .....	13
4.5 Punk.....	13
4.5.1 Počátek a vznik .....	13
4.5.2 Punková móda .....	14
4.6 Metal.....	14
4.6.1 Počátek a vznik .....	15
4.6.2 Metalová móda .....	15
<b>5 Průzkum trhu a dostupnosti stylového oblečení v Liberci .....</b>	<b>16</b>
5.1 Nákupní centra.....	16
5.1.1 NC Fórum.....	16
5.1.2 OC Nisa .....	17
5.1.3 Vybrané obchody pro mladé v nákupních centrech.....	17
5.2 Kamenné obchody.....	18
5.3 Internetové obchody .....	19
<b>6 Shrnutí odpovědí v dotazníku .....</b>	<b>20</b>



6.1	<i>Faktory</i> .....	20
6.2	<i>Chování teenagerů</i> .....	20
6.3	<i>Průzkum</i> .....	21
6.4	<i>Otázka č. 1: „Posloucháte rádi hudbu?“</i> .....	21
6.5	<i>Otázka č. 2: „Jaký hudební styl posloucháte?“</i> .....	22
6.6	<i>Otázka č. 3: „Oblékáte se podle hudebního stylu, který posloucháte?“</i> .....	23
6.7	<i>Otázka č. 5 – Kterému doplňku dáváte přednost?</i> .....	24
6.8	<i>Otázka č. 7: „Jsou pro vás inspirací v oblékání a stylu interpreti, které posloucháte?“</i> .....	25
6.9	<i>Otázka č. 8: „Vaše oblíbené značky spojené s hudebním stylem?“</i> .....	26
6.10	<i>Otázka č. 9: „Pořizujete si oblečení těchto značek?“</i> .....	27
6.11	<i>Otázka č. 10: „Oblečení pořizujete?“</i> .....	27
6.12	<i>Otázka č. 11: „Jsou značky nebo stylové oblečení dostupné ve vašem okolí?“</i> .....	29
6.13	<i>Otázka č. 12: „Pokud by se otevřela nová prodejna ve vašem okolí zaměřená na hudební styly, nakupovali byste v této prodejně?“</i> .....	29
6.14	<i>Otázka č. 13: „Kolik utratíte měsíčně za stylové oblečení?“</i> .....	30
6.15	<i>Otázka č. 14: „Oblečení si hradíte?“</i> .....	31
6.16	<i>Otázka č. 15: „Pohlaví?“</i> .....	31
6.17	<i>Otázka č. 16: „Jsi studentem?“</i> .....	32
6.18	<i>Otázka č. 17: „Uveďte věk?“</i> .....	32
<b>7</b>	<b>Výsledky průzkumu</b> .....	<b>33</b>
7.1	<i>Výdaje</i> .....	33
7.2	<i>Disko</i> .....	34
7.3	<i>Hip hop</i> .....	34
7.4	<i>Rock</i> .....	35
7.5	<i>Metal</i> .....	35
7.6	<i>Punk</i> .....	36
7.7	<i>Barvy</i> .....	36

7.8	<i>Prodejny a internet.....</i>	36
7.9	<i>Nová prodejna.....</i>	37
<b>8</b>	<b>Shrnutí.....</b>	<b>38</b>
8.1	<i>Formulace.....</i>	39
<b>9</b>	<b>Závěr.....</b>	<b>40</b>
<b>10</b>	<b>Literatura.....</b>	<b>42</b>
<b>11</b>	<b>Seznam obrázků.....</b>	<b>43</b>
<b>12</b>	<b>Příloha .....</b>	<b>44</b>
12.1	<i>Příloha č. 1 - Dotazník .....</i>	44
12.2	<i>Příloha č. 2 – Disko .....</i>	46
12.3	<i>Příloha č. 3 – Hip hop .....</i>	49
12.4	<i>Příloha č. 4 – Rock.....</i>	52
12.5	<i>Příloha č. 5 – Metal .....</i>	55
12.6	<i>Příloha č. 6 – Punk.....</i>	58
12.7	<i>Příloha č. 7 – Výdaje dle věku.....</i>	61
	<i>Vysvětlivky: .....</i>	62
12.8	<i>Příloha č. 8 – Doplnky.....</i>	63
12.9	<i>Příloha č. 9 – Preferované značky uváděné respondenty.....</i>	65

## 2 Cíl práce

Tato práce je zaměřena na zjištění a analýzu chování a ovlivnění teenagerů studujících na libereckých školách. Cílem je získat primární data prostřednictvím prováděných hloubkových rozhovorů s respondenty a současně následným vyplněním krátkého dotazníku.

Na základě zpracování těchto dat blíže porozumět myšlení a způsobu rozhodování při volbě oblečení, které hudební styly jsou dnešní mládeží nejvíce poslouchány a zda se také podle nich také oblékají? Provedené rozhovory vedli k získání informací, o tom jaké faktory je ovlivňují při nákupu textilního zboží a co je pro ně nejdůležitější, jaký typ prodeje nejvíce využívají a z jakého důvodu. Hlavním cílem této práce je na základě zjištění zformulovat doporučení a učinit závěr průzkumu, který je zaměřen na studující teenagery ve věku od 16 let nad 20 let. Jak je to se studenty vysokých, středních škol a učilišť v Liberci? Jaké oblečení je pro daný styl nejvíce typické?

### 3 Úvod

Hudebních stylů je celá řada a stále vznikají nové a nové styly, kdy jeden se malými detaily odliší od původního. Je to dáno tím, že jsme každý jiný, někomu se líbí převážně hip hop a někdo rád poslouchá metal, jak se od sebe liší posluchači těchto stylů? Co vlastně nosí dnešní teenageři? Pokud na ulici pozorujeme mladé lidi, zjistíme, co nosí a můžeme dle jejich oblečení odhadnout, zda se oblékají podle hudebního stylu, který mají nejraději. Proč se oblékají tak, jak se oblékají, co tím chtějí sdělit svému okolí? Je to výraz protestu, zájmu nebo se ztotožňují s tím, co daný hudební styl vyjadřuje?

Avšak nové styly sebou přináší i nové módní trendy v odívání, někdy se liší jen maličkostmi, ale pro některé příznivce jsou to velmi podstatné věci, které jsou nedílnou součástí jejich stylu. Někdy je zřejmé na první pohled, že se jedná o příznivce určitého hudebního směru, jelikož nosí typické oblečení nebo typické doplňky. Díky tomu dochází k určité skupinové uniformitě a tvorbě společenských skupin, začínající selekci mezi teenagery a vzájemné nevraživosti mezi jednotlivými skupinami, které spolu moc nekomunikují, protože hudební styl druhých neuznávají.

Jak je vlastně ovlivněno spotřební chování mladých, je to proces, který prochází určitými fázemi, od zjištění potřeby až po konečnou koupi zvoleného výrobku. Přitom nejdůležitější součástí tohoto procesu je motiv, který je k tomu vede, jak volí své oblíbené oblečení a co je hnací silou tohoto motivu, je ovlivněn hudebním stylem, interpretem nebo se snaží uspokojit svoji osobní nebo společenskou prestiž, kdy hlavní roli hrají kulturní, sociální, psychologické a osobní faktory, které na ně působí. Zvolená věková kategorie studentů je spotřebitelská skupina, která není ještě zcela samostatně výdělečná, ale přesto je velmi důležitou kupní silou, která poskytuje řadu zajímavých příležitostí z hlediska marketingu. Vzhledem k celkovému vývoji odívání mladých je třeba přizpůsobit současnou nabídku výrobků mladší populaci obyvatelstva.

## 4 Hudební styly, jejich podstata a vývoj

Co je vlastně základem hudebního i módního světa a jeho počátku v moderní době. Jsou to převážně nově vznikající hudební styly, které svými texty a rytmem nebyly považovány za harmonickou hudbu, ale za něco co se nedá poslouchat, byly většinou společností odsouzeny a postaveny na okraj, některé hudební styly byly dokonce v některých zemích zakázány. Hudba je vlastně podstatou kulturního a sociologického vývoje projevu teenagerů všech dob, vždyť už jako malé děti vnímáme tóny příznivě nebo se nám nelíbí. Neustále se vyvíjejí nové odnože hudebních stylů, které hýbou světem a hlavně jsou nejvíce vnímány a nejrychleji přijímány právě mladými lidmi a staršími generacemi nebo vyznavači jiných starších stylů jsou většinou odsuzováni. Moderní styl se vyznačuje volností, svobodou projevu a vyjádření sebe sama. Základním kamenem pro vývoj většiny moderních hudebních i módních stylů byl „funk“, který značí volnost, dobrou zábavu a změnu.

### 4.1 Funk

Původní funková kultura vznikla na konci 60. let minulého století ve Spojených státech ze soulu, tento styl je převážně spojován s černošskou komunitou, které chyběl rychlý, divoký a odvážný tanec. Jejich potřebou došlo ke zrychlení soulových a jazzových songů, které byli v té době velmi oblíbené. Funk styl se vyznačoval provokativními texty a nebyl vůbec považován za hudbu, jen za něco co se nepovedlo a neujme se, ale funky styl se stal základním kamenem hudebního i módního vývoje, z kterého se vyvinuly i další dnešní hudební styly – od hip hopu přes rock’n’roll až po techno, kdy vznikají stále nové sekvence stylů. Funky image se vyznačoval hlavně tím, že se člověk chtěl vymanit z daných kolejí, každodenního stereotypu a jednotvárnosti společnosti. Hudba byla vnímána jako útěk od starostí a běžných činností. Být funky znamenalo být cool, být happy, dle vyjádření dnešní mládež. Funkovými akordy se nechávají ovlivňovat i rockové kapely. Mezi první hvězdy funku řadíme známého Jamese Browna, Sex Machine a Kool & the Gang, v České republice je nejznámější funk rockovou skupinou J.A.R., která byla symbolicky založena 17. 11. 1989 po pádu komunismu a následně byla založena funková skupina Monkey Business v roce 1999. Základem funky oblečení byli pestrobarevné košile, barevné kalhoty s rozšiřujícími se nohavicemi do zvonu a samozřejmě i funky účes. V dnešní době funk již nemá takovou image jako v 60. letech. (1)

## 4.2 Disko



obrázek č. 1

Disko je jednou z možností nočního života stráveného společně s ostatními vrstevníky, kteří se rádi setkávají v různých disko-klubech, kde mladí mohou projevit svoji radost z pohybu, i když někdy za pomoci alkoholu nebo užívání drog pro posílení prožitých zážitků a uvolnění celého těla.

### 4.2.1 Počátek a vznik

Tento hudební styl se vyznačuje taneční hudbou, která má ustálený rytmus a jeho počátky jsou v soulové hudbě a největší boom zaznamenalo v 70. letech, což vedlo k anti-disko smýšlení, které je viditelné i v současné době. Disko je odsuzované převážně příznivci hip hopu a techna, i přesto, že disko hudba měla vliv na jejich vznik. Název disko vzniklo zkrácením slova diskotéka a objevilo se v roce 1941, kdy na diskotéce nevystupovala žádná kapela, ale k tanci byla pouštěna hudba z vinylových desek. Tento trend začal ve Spojených státech v nočních klubech a vyznačoval se převážně blikáním různých barevných koulí zavěšených u stropu a nošením velmi pestrých, třpytivě zdobených prvků oblečení, např. flitrovými obrázky na tričku, které odráželo odlesky blikajících koulí a světél. Jako první záznam disko hudby bylo uznáno vydání alba Manu Dibanga s názvem „Soul Mancuso“ v roce 1972. Nejvíce disko zpopularizoval film „Horečka sobotní noci“, kdy soundtrack písní jej velmi zviditelnilo a mnoho hudebníků si z tohoto hudebního směru vzalo inspiraci, která se promítla do jejich tvorby, i když se nejednalo pouze o disko, ale jiné hudební styly jako pop nebo rock. Kdy i nahrávací studia začala produkovat tyto hity s vidinou zisku, jelikož po uvedení filmu byla touto hudbou ovlivněna i velká část veřejnosti, která žádala stále nové hity. Vzestup disko ubíralo zisky rockovým producentům, někteří dokonce začali boj proti tomuto stylu, aby nepřicházeli o peníze a fanoušky rocku bylo často označováno jako hudba pro slečinky a hlupáky, s tímto smýšlením se setkáváme dodnes. Dokonce se 12. července v roce 1979 konala takzvaná anti-disko demonstrace v Chicagu v Americe, toto datum je některými označováno jako den, kdy disko skončilo, kdy

došlo k anti-smýšlení i některých posluchačů, kteří negativně reagovali na hudbu, kterou vysílala rádia a tím je donutila ke stažení těchto písní z vysílacího času, v Evropě tato akce nebyla nikdy uskutečněna. Disko tanec byl ovlivněn těmito hudebními žánry jako je rock, soul a hlavně funk, kdy hudební efekty odpovídali stoupajícím požadavkům posluchačů se zapojením propracovaných pohybů rukou i nohou, které byly kombinované s prvky klasických tanců, jako je mambo, salsa, čača, rumba, tango a jiné. Mezi nejznámější interprety počátků s prvky disko hudby patří ABBA, Michael Jackson, Boney M. a mnoho dalších. Disko hudba měla podstatný vliv na vzniku hip-hopu, housu, ale také techna.(2)

#### **4.2.2 Jak se správně obléct na diskotéku dnes**

Posluchači disko hudby chodí na diskotéky, kde tančí a užívají si dobré nálady. Ale co na sebe je otázkou většiny z nich. Je nutné být správně a pohodlně oblečen, aby vydržel celý večer tančit. Většinou volí zaručeně nejžhavější novinky roku, kdy současným hitem jsou široké pásky, boty s kulatou špičkou bez podpatku, bolerka, úplety, čelenky a flitry snad úplně na každém kousku oblečení i doplňku. Základem disko oblečení jsou hlavně džíny, které dokonale padnou a vyzdvihnou postavu nositele, topy ve sladkých barvách nebo v bílé barvě. Bílá je pro disko nejklassičtější, protože nejlépe odráží ultrafialové světlo, které na bílé vytváří efekt ostře bílé zářícího světla. V současné době je aktuální vše, co je metalické a třpytivé, plné štrasů a doplňků s bižuterie. Kabelka musí vždy barevně ladit s botami a ostatními doplňky.(3)

Mezi doplňky patří náušnice s výraznými přívěsy, hodně křiklavých a různobarevných náramků a sponek do vlasů. Nejvíce k disku v současné době patří legíny, zářivé topy výrazných barev, ale musíte dávat pozor, pokud je obléknete všechny najednou, vrátíte se do dob minulých, takže je dobré tyto kousky kombinovat například: legíny s mini sukní nebo topy s úzkými džínami, jelikož každý závan předchozích 90. let může celý outfit dokonale zkazit a výsledek nebude takový, jak se původně předpokládalo a bylo záměrem.

## 4.3 Hip hop

Hip hop inspirovaný funky stylem je dnes nejrozšířenější a nejpobulárnější styl hudby, novodobého tanečního stylu, který se vyznačuje čtyřmi základními součástmi: rapování, Dj-ing, breakdance a graffiti. Rapování je spojení hudby a mluveného slova, DJ-ing spočívá v izolaci bicích z různých písní a vkládání těchto částí do svých, dále ve spojování rytmických částí a použitím scratchingu, tzv. zastavováním, zrychlováním gramofonové desky a dalších podobných kousků. Breakdance je akrobatický hiphopový tanec, který je fyzicky náročný, ale za to velmi efektní.

### 4.3.1 Počátek a vznik

Název stylu vyznačuje hip jako módní a hop jako výraz pohybu a tance. Hiphopová kultura vznikla na konci 70. let 20. století v černošských ghetech v USA spojením jamajských a amerických vlivů. Největší popularitu zaznamenal v 90. letech a byl do této doby doménou



obrázek č. 2

černochů a latinoameričanů, přesto se tyto rytmy a hlavně rapování zalíbilo i bělochům, kdy nejznámějším bílým rapperem se stal Eminem, který dodnes patří mezi nejznámější a velmi oblíbené. Průkopníkem DJingu byl Kool DJ Herz, který jako první na party v Bronxu spojoval v hudbě pouze rytmické části, které pak pouštěl, jeho následovníci pak ještě zapojili do hudby takzvaný scratching, aby byla hudba ještě

výraznější. Muzika je pouze jednou částí tohoto stylu, druhou je životní styl, který se vyznačuje tancem na ulici, kde vlastně vznikl. Tyto taneční skupiny se nazývají „crew“, které často mezi sebou soutěží v tzv. battlech. Hip hop je často spojován dodnes s pouličními gangy černošské komunity v ghetech v Bronxu, New Yorku a také v Los Angeles, kde se rozvinul breakbeat, což jsou zlomové okamžiky v hudbě. Hip hop se poslední dobou dostává stále více do popředí, i když v České republice se začínal vyvíjet velmi pozdě, což zapříčinilo období totality, kdy tyto proudy byly značně potlačovány a zakazovány, jelikož většina interpretů byla často vězněna za krádeže nebo násilné činy, což bylo následkem nespokojenosti, životem v ghetech a sociálních podmínek těchto lokalit. Paradoxně mezi prvními známkami hip hopu



v České republice nebyla hudba, ale s tím spojené grafitti, které se u nás po revoluci začali objevovat. Hiphopovými průkopníky se u nás stala skupina PSH a Raper Orion, ovšem mezi nejznámější patří skupina Chaozz, která výrazně ovlivnila svoji hudbou tehdejší posluchače, jelikož její písně obsazovaly první příčky hitparád a mezi nejznámější bezesporu patřila skladba s názvem „Policieéé“. V současné době je český hip hop kritizován za kopírování americké produkce. (4)

#### **4.3.2 Inspirace a oblečení hip hoperů**

V polovině 90. let se hip hop inspiroval vězeňským stylem oblečení, velké kalhoty, vojenské bundy, teplákové soupravy, flanelové košile a armádní, farmářské boty nebo také boty zvané číny. Tento styl se postupem času upravoval do elegantnější podoby, ale dále s ním zůstávají spojeny zlaté mohutné řetězy s přívěsky, velké prsteny a hlavně to nejdůležitější kšiltovky, které se nosí kšiltem šikmo nebo dozadu a samozřejmě americká sportovní móda vyznačující se širokými luxusními pruhovanými tepláky a látkovými čelenkami. Široké džínové kalhoty se vyznačují nízkým rozkrokem u kalhot visících na bocích, které odhalují spodní prádlo, barevné mikiny jsou zásadně s kapucí a trička jednobarevná, většinou bílá. Velký důraz je kladen na doplňky jako například velké hodinky v pánském stylu, masivní šperky, kšiltovky, bekovky, klobouky nebo brýle. Stačí i elegantní styl oblékání okořenit pár hip hopovými prvky a dostaneme úžasný a originální kousek oblečení. Nejznámějším hoperem je 50 Cent, který dokáže rozproudit davy posluchačů nebo G-Unit, který má i módní značku svého oblečení „G-Unit“ i další významní hopeři mají svoje módní značky, které většina dnešní mládeže zná a obléká, ale i hoperky si vytvořily svůj módní svět a mezi nejvýznamnější patří Miss Elliot a Kimmora Lee Simons se známou značkou Baby Phat. První hudební skupinou sponzorovanou firmou oděvního průmyslu Adidas byla Run D.M.C., která se stala vzorem budoucích hiphopových interpretů. Tato hudba je spjata s životním stylem dnešní mládeže, která se podle něj nejen obléká, ale i chová. (5)

## 4.4 Rock

Rock je populární hudba, která v sobě odráží touhy, prožité nepříjemné situace, ale také nálady a pocity. Nutí nás se jí otevřít a poslouchat, vždyť není nic lepšího než rocková balada, která nás donutí k pláči nebo k zamyšlení nad životem, prostě nám ukazuje pohled na život, politiku, vztahy mezi lidmi a svět z pohledu interpreta. Rocková kapela je skupina muzikantů, která se skládá z hlavního zpěváka, hráče na baskytaru, kytaristy, kteří hrají na elektrickou kytaru a také bubeníka, někdy sám zpěvák hraje i na některý hudební nástroj.

### 4.4.1 Počátek a vznik

Jeho počátky jsou ve 40. a 50. letech 20. století a rychle se rozšířil do velké části světa, vznikl spojením rock'n'rollu, blues a country. V hudebním projevu se nejvíce vyskytuje elektrická kytara, baskytara, bicí nástroje a klávesové nástroje. Na konci 60. let vzniklo také několik nových rockových stylů jako například folk rock, blues rock, punk rock a další. Rock byl považován za umělečtější a skutečnější než pop, i když tyto dva styly si byly velmi podobné některými zvukovými projevy. Tím se na začátku 70. let začíná vyvíjet nový žánr zaměřený převážně na mladé lidi nazývaný „pop rock“, jehož představitelem byl velmi známý Elton John a Paul McCartney. Současně se vyvíjely další směry rocku, jako byl „blues rock“, který čerpal inspiraci z amerického blues. Nejznámějším hudebníkem blues rocku je Jimi Hendrix. V průběhu 60. let se někteří hudebníci snažili pozvednout uhasínající slávu folkové hudby, mezi tyto hudebníky patřil slavný Bob Dylan, tento hudební styl měl největší oblibu v Kalifornii a v New Yorku. Folk rock zaznamenal největší úspěchy v letech 1967 a 1968. Psychedelický rock se začal objevovat ve folku a jejich představitelem byla dnes legendární skupina The Beatles nebo Pink Floyd, kdy hlavním znakem tohoto směru jsou dlouhé kytarové jamy, což jsou prvky kytarové improvizace. Progresivní rock se snažil zařadit do svých písní dechové, strunné nástroje a tyto orchestrální zvuky vytvářela elektronickými syntetizátory s použitím kytar, basy a bubnování. Velký úspěch zaznamenali Pink Floyd, kteří se odpoutali od psychedelického rocku a přešli k rocku progresivnímu na počátku 70. let. Mezi další významné směry rocku patří ještě „Glam rock“ jehož představitelem byl známý Alice Cooper, David Bowie, Suzzi Quatro, Elton John nebo také Rolling Stones s použitím elektrických nástrojů, prvků rock'n'rollu s použitím výrazného oblečení, make-upu a různých

originálních účesů. K posledním hudebním směrům rocku patří soft rock, hard rock, křesťanský rock a další.(6)

#### 4.4.2 Rocková móda



obrázek č. 3

Rocková móda je průkopníkem nových trendů, z kterých čerpali i ostatní styly, co vlastně je typické pro tuto módu, je to hlavně funky styl, který není ničím omezen. Fanoušci se převážně oblékají podle svých idolů, kdy mezi největší idoly beze sporu patřili Rolling Stones se

svými barevně vzorovanými košilemi, saténově lesklými saky, úzkými džínami nebo proužkovanými úzkými kalhotami a typickým batikovanými šátky Mika Jaggera.(7)

#### 4.5 Punk

Punk se používal především pro označení nekvalitní hudby, ale v současné době se nejedná jen o hudbu, ale hlavně o životní postoj jeho posluchačů, kteří především kritizují přetvářku a dnešní honbu za penězi, kdy stěžejním heslem punku je „No Future“ = žádná budoucnost a jejich pasivita vedla k šíření drog mezi příznivci. V angličtině slovo punk znamená výtržník. Z toho vyplývá, že ani tento směr není jednotně ideově nijak zaměřen, jedná se převážně o boj proti globalizaci, komerci, konvencím nebo vůči válčení a podobně, jelikož zde jde převážně o provokaci a protest proti něčemu. Příznivci tohoto stylu jsou spojovány s marihuanou.

##### 4.5.1 Počátek a vznik

První zmínky o vzniku punku jsou spojovány s Velkou Británií v 70. letech a jeho vývojem z původního street-rocku. Základem punku je provokace proti režimu, politice, globalizaci a svým způsobem proti všemu, často je to forma protestu žádající anarchii. Hudebně punk využívá prvky rocku a rock'n'rollu s melodií o několika akordech většinou za pomoci velmi kritických a provokativních textů. V České republice se punk začal objevovat

v roce 1979 vznikem skupin jako např. Extempore a následně Plexis, Visací zámek a mnoho dalších, kdy to tyto skupiny neměli vůbec jednoduché, jelikož punk byl v době totalitního režimu zakázán, z tohoto důvodu zaznamenal punk v ČR největší rozmach v roce 1989 po pádu komunistického režimu. Počátkem 70. let se tento styl zrychlil a stal se více agresivní, tím došlo k vývoji dalších směrů punku, jako byl hardcore a Oi, který patří k zakázaným stylům, jelikož Oi propaguje nacismus. Na počátku 21. století došlo k rozšíření punku díky stylu pop punk a jeho představitelů Green Day a The Offspring, kteří obsazovali první příčky hitparád po celém světě. (8)

#### 4.5.2 Punková móda



obrázek č. 4

Jak poznáte příznivce punku? Podle provokativního oblečení jako jsou otrhané džíny často zastřižené pod kolena, vysoké těžké boty značky „STEEL“ nebo vojenské kanady, kožená bunda zvané „Křivák“, vše ozdobené nášivkami, plackami, spínacími špendlíky a řetězy s visacími zámky a hlavně účesem tzv. čírem, který bývá často obarven výraznými barvami pro větší efekt. Oblečení bývá převážně tmavých barev s výraznými potisky s punkovou tematikou, koženými stahováký s kovovými hroty, které nosí na zápěstí nebo kolem krku. (9)

#### 4.6 Metal

Metal je hudební styl, který se na přelomu 60. a 70. let vymezil z rockové hudby a je kombinací blues a rocku s charakteristickými elektronickými kytarami a bicími, vyznačuje se hlasitým zvukem kovově znějící baskytary a úderným tempem bubnů a hlavně jednoduchými texty, ve kterých se často opakují jednotlivé pasáže. Správný název je heavy metal, ale většinou se používá zkráceně pouze označení metal, ale i tento hudební styl má několik dalších odnoží, které se odlišují malými detaily.

#### 4.6.1 Počátek a vznik

Tento hudební styl se objevil na konci 60. let a počátku 70. let ve Velké Británii a Spojených státech. Jde o vývoj z hard rocku a kombinováním blues a rocku. Těžké a výrazné zvuky jsou vytvořeny pomocí zesilovače, kdy tóny hudby a její projev je nejhlasitější. Nejvýznamnějšími a nejznámějšími průkopníky tohoto stylu jsou Led Zeppelin, Black Sabbath, Judas Priest, Deep Purple, ale také Iron Maiden a Motörhead, kteří vnesli do této hudby rebelství a zrychlení tempa. Tato hudba si našla hned v počátcích mnoho svých posluchačů, kterým se obecně říká metalisti. V textech písní najdeme sex, násilí, mystiku, romantiku spojenou s baladou, přesto kritici považují texty za nezralé a otřepané. Metal je rozdělen do dalších jednotlivých kategorií, kterými jsou trash metal, dech metal, black metal, power metal, doom a gotik metal, jejichž vznik byl zaznamenán během 80. let, kdy vzniklo nejvíce nových hudebních stylů. Od poloviny 90. let se začalo mluvit o znovuoživení metalu, který postupně ztrácel na oblibě, pomocí skupin jako Limp Bizkit, Slipknot a Linkin Park, tomuto stylu se začalo říkat „nu metal“ a vznikl spojením prvků funku a hip hopu, jehož hudba je směsí výrazných kytarových tónů a rapových vstupů, čímž si tato hudební odnož metalu získala velkou oblibu většiny posluchačů, i když někteří metalisté tento styl neuznávají jako plnohodnotnou metalovou hudbu a tento styl se začal pomalu v posledních letech vytrácet a je nahrazen novějším stylem 21. století „metalcorem“, který spojil prvky trash metalu, dech metalu a hardcoru a tento nový styl nazývají novou vlnou heavy metalu.(10)

#### 4.6.2 Metalová móda

Metalové oblečení je převážně jednoduché bez přehnaných detailů, nejčastěji jednobarevné s motivy maltézkého kříže nebo lebek. Důležitým prvkem jsou kožené bundy s pyramidovými nebo kulatými cvoky a černé kožené kalhoty spojené s vysokými koženými okovanými botami. Nosí se také džínové oblečení, kdy například na zadní části bundy bývají vyobrazeny názvy oblíbených metalových skupin nebo jejich portréty, kdy tyto potisky bývají i na nošených trikách, která jsou většinou tmavších barev. Oblečení si posluchači metalu často zdobí cvočky nebo ostny a mezi velmi oblíbené patří ostnaté obojky, řetězy nebo velké prsteny s motivy lebek. Velkou samozřejmostí jsou dlouhé vlasy a většinou i odpovídající tetování. Současná mládež, ale už nezůstává pouze u černé, ale zapojují do oblečení výrazné barvy a tento styl odívání se stává zajímavější a barevnější.(11)

## 5 Průzkum trhu a dostupnosti stylového oblečení v Liberci

Sběr informací o konkurenci na trhu a dostupnosti stylového oblečení v Liberci vychází z průzkumu dostupných obchodů, které nabízejí podobné zboží sloužící k uspokojení teenagerů oblékajících se dle jednotlivých hudebních stylů. V průzkumu je vycházeno z dostupných dat o jednotlivých prodejích daného oblečení, jaký výběr zboží nabízejí, zda jsou u nich dostupné preferované značky respondentů odpovídajících v dotazníku, nabízené oblečení by mělo odpovídat nejen módním trendům, mělo by být kvalitní a stylové. Mezi další sledované specifické vlastnosti patří nabídka originálních kousků v malém počtu k prodeji.(12)

Dle provedeného průzkumu bylo zjištěno, jaké značky nejraději mladí nakupují a zda jsou dostupné pro teenagery v Liberci. V současné době Liberec nabízí spoustu nákupních možností v kamenných obchodech nebo v nákupních centrech. Průzkumem bylo zjištěno, že se také spoléhají na internetové e-shopy, kde shánějí převážně oblečení nedostupné v obchodech a převážně se jedná o oblečení některých hudebních stylů, např. metal, punk. Jaká je dostupnost daného oblečení v Liberci dle jednotlivých možností dostupnosti v místě nebo jaké jiné možnosti mohou teenageři využít je shrnuto v následujících bodech.

### 5.1 Nákupní centra

V poslední době v Liberci byl zaznamenán velký nárůst obchodních a nákupních center, mezi které patří Fórum, Nisa, Plaza, Géčko a Delta. Jaké obchody a značky nabízejí tyto centra v závislosti na odpovědích respondentů, zda dokážou pokrýt jejich poptávku? Mezi nejvýznamnější nákupní centra Liberce s největší nabídkou oblečení patří bezesporu nákupní centrum Nisa a Fórum, kde najdete velké množství prodejen s textilním oblečením různých značek.

#### 5.1.1 NC Fórum

Nákupní centrum Fórum nabízí nakupování přímo v centru Liberce, jehož první část byla otevřena na podzim 2009 a druhá na podzim v roce 2010. Najdeme zde tyto obchody s oblečením: C&A, Cropp Town, Esprit, Exe jeans, Gant, Gues / Calvin Klein, H&M,



KappAhl, Mötivi, New Yorker, Oodji, Orsay, Promod, Reserved, Tally Wejl, Tornádo, A3 Sport, Sportisimo a Lindex. Nejvíce zmiňované a oblíbené značky všech respondentů nabízí převážně A3 Sport, Cropp Town, New Yorker a Tornádo.

### **5.1.2 OC Nisa**

Obchodní centrum Nisa se nachází na okraji Liberce a nabízí velké množství obchodů, toto centrum prošlo rozsáhlou rekonstrukcí v roce 2008 a bylo oceněno třetím místem v roce 2008 v 10. ročníku oceněných projektů „Best of Realty“, což je hezký výsledek a měl by být znám i všem občanům Liberce, kteří tuto stavbu rádi kritizují. (13) V tomto obchodním centru najdete tyto obchody s oblečením: Billabong, C&A, Subform, Camaieu, Cropp Town, House Jeans Club, Jennyfer, Kenvelo, Killtec, Lee Wrangler, Levis, Lindex, Luggi, Mötivi, Mustang, New Yorker, Next, Orsay, Reserved, Subform, Takko Fashion, Time Out, Uncle Sam, Vabaci, Wildcat Jeans, A3 Sport, Reebok, Intersport, Hervis a další.

### **5.1.3 Vybrané obchody pro mladé v nákupních centrech**

A3 Sport nabízí převážně sportovní oblečení známých značek jako je Nike, Adidas, Puma a Reebok, kdy patří mezi největší prodejce v České republice. Právě první dvě zmíněné značky patří k nejvíce uváděným v odpovědích respondentů.

Cropp Town nabízí městskou módu pro mladé ve věku od 17 do 30 let s uváděnou značkou Chilling na zakoupeném oblečení, která je mezi mládeží velmi oblíbená a rozšířená. Uváděná věková hranice neznamena, že si tuto značku nemůžou koupit mladší nebo starší zákazníci, je to převážně otázkou vkusu a také tím, jestli se daný člověk chce oblékat stylově do ulic města podle módních trendů.

New Yorker patří také k velmi oblíbeným obchodům zaměřených převážně na mladé zákazníky, nabízí několik různých kolekcí mikin, triček, jeansů a dalšího oblečení a obuvi za přijatelné ceny. Mezi nabízené značky tímto obchodem patří Fishbone, Smog, Amisu, které jsou pro mladé dostupné i umístěním prodejen.

Obchod Tornádo nabízí značky renomovaných skate-snowboardových a surfových značek jako například Roxy, Billabong, Burton, DC, Funstrom, Meatfly, Zoo York, Vans a další

v sortimentu od bot přes trička, mikiny až po bundy. Nabízené zboží je zaměřeno na volný čas a sport jako je skate, snowboarding a surfing, proto je oblečení vyráběno ze vzdušných materiálů tak, aby bylo pohodlné a kvalitní, což se odráží i v ceně tohoto zboží, které je v porovnání s konkurencí o něco dražší.

House je prodejnou a značkou oblečení, které nabízí oblečení převážně pro posluchače hudby, která je pro ně inspirací a neoddělitelnou součástí jejich způsobu života, dále také nabízí takzvanou streetovou čili městskou módu, která je inspirována přehlídkovými moly světových módních návrhářů. V nabídce je převážně oblečení pro mladé, kteří jsou rádi výstřední a chtějí svým oblečením zaujmout okolí včetně obchodem nabízených doplňků.

## 5.2 Kamenné obchody

V současné době mají kamenné obchody nelehkou úlohu obstát v konkurenci vyrůstajících nákupních center, následkem toho je, že kamenné obchody, na které jsme byli v centru města zvyklí, pomalu mizí a přemísťují se právě do nově otvíraných center. Uvolněné obchody v centru města jsou postupně pronajímány vietnamským prodejcům, které na trh dováží méně kvalitní zboží podle poslední módy, které je většinou pro mladé dostupné, ale je důležité a nutné zvážit, jestli rizika a kvalita materiálu stojí za to, aby teenageři toto oblečení zakoupili. Je spousta zastánců tohoto zboží, kteří si nemohou stěžovat a tvrdí, že jim vydrží stejně jako značkové zboží, ale jsou i tací, kterým zakoupené zboží přineslo velké zklamání a u některých dokonce i zdravotní problémy v podobě vyrážek a také různých alergických projevů na látky obsažené v barvivech nebo díky uskladnění tohoto zboží, které při zakoupení někdy i nepříjemně zapáchá.

Pokud se půjdete projít centrem města, najdete zde například v Revoluční ulici prodejnu Funstorm, která nabízí streetwearové a outerwearové oblečení různých značek jako například Funstorm, FOX, Dakine, Horsefeathers, Hurley, Vehicle, Nugget a další. Dalším obchodem v Moskevské ulici podobného charakteru jako Funstorm je Mamut, který nabízí snowboardové, skateové oblečení včetně streetové módy známých značek jako Burton, Exil, Nitro, Level, Nugget a jiné. Dalšími kamennými obchody jsou v centru města, například Umbro CZ, Terranova, Ann Christine, Calliope, SAM, Roxy, TWN a několik málo dalších.



### 5.3 Internetové obchody

Internetové obchody neboli e-shopy jsou v současné době značně využívány zvláště z toho důvodu, že se dá zboží, které si chceme pořídit sehnat levněji než v blízkém obchodě anebo se v našem okolí toto zboží vůbec neprodává. Ovšem i tento způsob prodeje má svá úskalí, může se za internetovým obchodem skrývat podvodník, který chce na nízké ceny nalákat nezkušeného zákazníka, proto je důležité si tyto obchody prověřit a zjistit si na ně reference, což jsou zkušenosti předchozích nakupujících. Při prováděném průzkumu bylo zjištěno, že některé hudební styly jsou převážně odkázány na internetový obchod, jedná se o prodej zboží, na které má zákazník speciální požadavky, například potisky vztahující se k danému stylu, jedná se převážně o hudební styly jako je gothic, vampiric, punk, tekno, ale také metal a rock. Jedná se například o tyto e-shopy, které jsou speciálně zaměřené na jednotlivé hudební styly, jejich fanošky a dokážou přesně dle požadavků uspokojit jejich potřeby a přání: [www.metalshop.cz](http://www.metalshop.cz), [www.vampiric.cz](http://www.vampiric.cz), [www.punkstore.cz](http://www.punkstore.cz), [www.teknostyle.cz](http://www.teknostyle.cz) a spoustu jiných.

## 6 Shrnutí odpovědí v dotazníku

Následující kapitola je zaměřena na jednotlivé odpovědi, co ovlivňuje dnešní teenagery v jejich oblékání a jaké hudební styly upřednostňují, zda jsou interpreti, které poslouchají jejich vzory nebo upřednostňují svůj vlastní styl pouze částečně ovlivněný představiteli jednotlivých hudebních žánrů.

### 6.1 Faktory

Jedná se vlastně zároveň o chování spotřebitele, který je těmito žánry ovlivněn a zařazuje se do určité skupiny a přijímá roli posluchače a vyznavače určitého hudebního stylu, tak jako je student, spolužák nebo potomek rodičů. Tyto jednotlivé skupiny posluchačů a vyznavačů jsou ovlivňovány kulturními faktory, které mají největší vliv na spotřebitelské jednání teenagerů, tento vliv je vlastně součástí jejich běžného života a je pro ně samozřejmostí, že poslouchají a vnímají hudbu při cestě do školy dopravními prostředky se sluchátky na uších, ve škole o přestávkách, ale i na různě pořádaných hudebních akcích. Kultura vlastně významným způsobem ovlivňuje chování teenagerů a následně i jako spotřebitele, vyvíjí se podle potřeb celé společnosti a jejich skupin, pomáhá utvářet soubor vlastních hodnot, poznání, preferencí a způsobu života. Dále jsou teenageři ovlivněni osobními faktory, které se řídí věkem, životním stylem a pojetím své osobnosti k okolí, tyto potřeby se neustále mění s rostoucím věkem. Společnost teenagerů je rozdělena do tříd, jejichž příslušníci sdílejí obdobné hodnoty, mají společné zájmy, dokonce i obdobné chování. Dá se předpokládat, že dnešní teenager poslouchající tekno v padesáti let nebude jezdit po akcích pod širým nebem, ale jeho styl se změní, jak v oblékání, tak v přijímání dané hudby, kultury i změně osobních faktorů. (14)

### 6.2 Chování teenagerů

Sledování chování zákazníka je důležité pro každého prodejce, kdy trh s oblečením je z větší části ovlivňován právě dnešní mládeží, za účelem uspokojení jejich nových potřeb v souladu s jejich zálibami a vkusem. V tomto případě je nutné, aby služby byly přizpůsobeny požadavkům spotřebitelů, s tím je spojený průzkum chování spotřebitele zaměřený na faktory, kterými je spotřebitel ovlivněn, čím se řídí při koupi oblečení, aby mohlo dojít ke zpětné

vazbě a reakci prodejce na poptávku. Z toho vyplývá, že cílem marketingových pracovníků je snaha vyvíjet nové produkty a marketingové programy tak, aby co nejvíce uspokojili poptávku po nových produktech, která vzniká na trhu.(15)

### 6.3 Průzkum

V současné době existují desítky různých hudebních stylů a o každém se dá napsat spousta hezkých, ale i negativních věcí, je to vždy podle pohledu jednotlivého respondenta. Tuto skutečnost jsem chtěla zjistit malým průzkumem, zda hudba ovlivňuje mladé, kteří hudbu nejen poslouchají, ale také podle ní plní své šatníky. Uvedeného průzkumu se zúčastnili studenti středních škol, učilišť a několik vysokoškoláků, z toho 53% mužů a 47% žen.

### 6.4 Otázka č. 1: „Posloucháte rádi hudbu?“

Výsledkem průzkumu je 100% odpověď ano, nenašel se ani jeden teenager, který by zaškrtnl kolonku, že neposlouchá žádnou hudbu. Tato skutečnost je viditelná na každém kroku, kdy míjíte na ulici mladé lidi se sluchátky na uších poslouchajících svoji oblíbenou hudbu téměř všude a v jakékoliv situaci. Hudbu slyšíme na každém kroku, stačí zajít do jakékoliv prodejny s oblečením, nastoupit do výtahu, ale třeba zajít na veřejné záchodky, všude se ozývají různé melodie. V některých typech obchodů je hudební kulisa i záměrná, jde samozřejmě o to nalákat, co nejvíce zákazníků a pokud někde pouští oblíbenou hudbu mladých, určitě se tam zajdou podívat, jaké zboží je nabízeno.

ano	133
ne	0
celkem	133

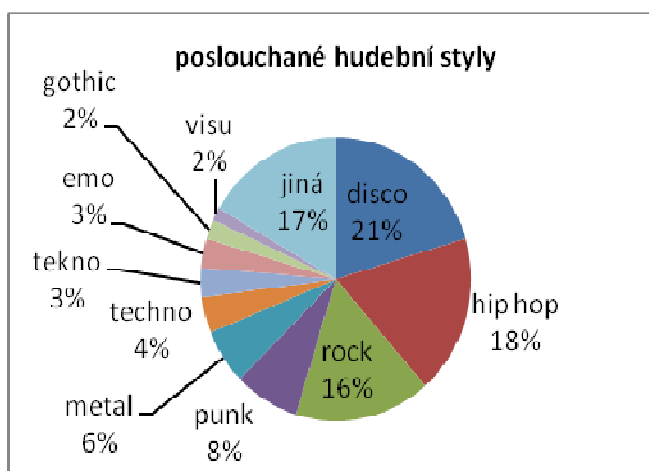
tabulka č.1: Počet posluchačů

## 6.5 Otázka č. 2: „Jaký hudební styl posloucháte?“

Zpracováním dotazníků studentů středních škol a učilišť v Liberci bylo zjištěno, že mezi nejvíce poslouchané hudební styly patří disko s 21%, za ním se umístil hip hop s 18%, rock má 16% posluchačů, dále metal s 6% a punk s 8%. V bakalářské práci jsou popsány hudební styly, jejich historie a podstata odívání, které získali 6% a více. Pokud se budete pohybovat mezi mládeží, můžete zároveň zjistit, který hudební styl odsuzují. Nejvíce negativních ohlasů je právě na nejvíce preferovaný hudební styl, kterým je disko, ale ani hip hop na tom není ze strany kritiky o nic lépe, pro některé teenagery je takzvaný „hopík“ drsnější formou diska, ale nestačí jen poslouchat a kritizovat. Některým z mladých lidí vadí, že jejich vrstevníci sice hudbu poslouchají a oblékají se podle ní, ale vůbec nechápou podstatu daného hudebního stylu, je nutné porozumět a pochopit co nám říká, což je nejvíce znatelné na rocku, který je zaměřen převážně na jednoduché a snadno pochopitelné texty. 17% respondentů uvedlo, že poslouchají jiný ve výběru neuvedený hudební styl, i když ani jeden z těchto stylů nepřesáhl 6% je nutné uvést nově se rozvíjející hudební styl DnB (jednoduše podle mladých „drambejs“), který si získává stále více příznivců nebo také hardcore a další nové směry. V dalším shrnutí odpovědí bude počítáno pouze s pěti nejvíce poslouchanými styly, kterými jsou disko, hip hop, rock, metal a punk.

disko	55
hip hop	49
rock	44
punk	21
metal	17
techno	11
tekno	9
emo	9
gothic	6
visu	4
jiná	45
celkem	270

tabulka č. 1: Hudební styly

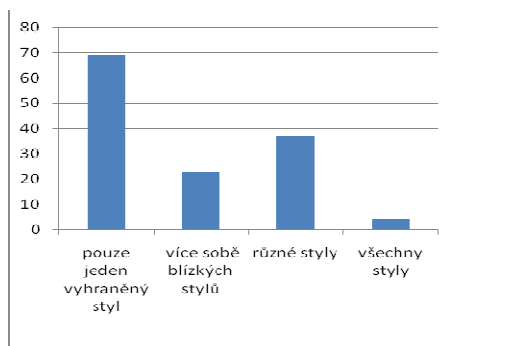


graf č. 1: Hudební styly

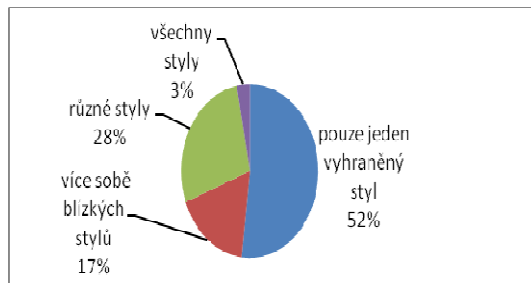
Při sběru dat bylo také zjišťováno, zda jsou posluchači vyhraněny pouze pro jeden hudební styl nebo jich poslouchají více. Průzkumem se ukázalo, že ze 133 respondentů 52% poslouchá pouze jeden vyhraněný styl, 23% zase poslouchá více podobných stylů, které mají společný základ a vývoj z jednoho společného hudebního stylu, jako například rockeři zároveň poslouchají metal nebo punk, ale jsou i tací, kteří poslouchají vše, co se jim v tu chvíli líbí a nezáleží jim na tom, jaký je to styl, ani je neumějí rozeznat, těmto lidem se říká, že jsou eklektici. Jsou to lidé, kteří si z rozmanitých stylů vybírají jen to, co jim je nejbližší bez jakéhokoliv rozlišení stylů.

	počet dotazníků
pouze jeden vyhraněný styl	69
více sobě blízkých stylů	23
různé styly	37
všechny styly	4
celkový počet respondentů:	<b>133</b>

tabulka č. 3: Poslouchanost hudebních stylů



graf č. 2: Poslouchanost hudebních stylů



graf č. 3: Poslouchanost hudebních stylů

## 6.6 Otázka č. 3: „Oblékáte se podle hudebního stylu, který posloucháte?“

V této části bych dále chtěla porovnávat odpovědi respondentů k pěti hudebním stylům, které nejčastěji uváděli respondenti v jejich odpovědích. Jedná se o tyto hudební styly: disko, hip hop, rock, metal a punk. Odpovědi u stylů disko, hip hop a punk byli téměř podobné, kdy se podle hudebního stylu obléká menší polovina respondentů. Dle stylu disko se obléká 45% z 55 teenagerů, u hip hopu je to také 45% ze 49 hip-hoperů a u punku 47% ze 17 punkerů, z toho vyplývá, že tyto styly ovlivňují teenagery v oblékání více než například posluchače

rocku a metalu, kdy jejich styl oblečení je většinou standardizováno dnešní běžnou módou, kterými jsou převážně tričko a džíny. Podle těchto stylů se obléká 30% rockerů ze 44 respondentů, u metalu 38% z 21 dotázaných, podle příloh č. 4 a 5 v závěru práce. Dnešní mládež je raději sama sebou a nekopíruje styl svých interpretů úplně do detailu, ale nechávají si prostor pro hrátky s oblečením a jeho variabilitu, což souvisí s otázkou č. 7.

## **6.7 Otázka č. 5 – Kterému doplňku dáváte přednost?**

Dnešní mládež moc dobře ví, jaké oblečení k danému stylu patří, dokážou odlišit od sebe jednotlivé styly, je ale zajímavé, že doplňky k jednotlivým stylům jsou si velmi podobné, dalo by se říct, že se prolínají a někdy ani nesouvisí s daným hudebním stylem, ale osobními pocity mladých a jejich ustálených zvyků. Je velmi překvapivé, že například hiphopeři uvedli, že 24% z nich rádo nosí opasek, protože z jejich odpovědí vyplývá, že mají rádi volné oblečení, které je ničím nesvazuje a umožňuje jim volnost pohybu. Jako další důležitý doplněk uvádí různé čepice a hlavně kšiltovky, kterým se také říká „bejsky“ nebo „flexy“. K tomuto hudebnímu stylu neodmyslitelně patří také nošení výrazných šperků, jako jsou mohutné řetězy, výrazné prsteny, ale také hodinky nebo náramky, které jsou většinou ze zlata.

I posluchači stylu disko nejraději nosí opasky, což uvedlo téměř 49% teenagerů poslouchajících disko, u tohoto stylu je pásek vyžadován pro svoji efektivitu a hlavně pro zdůraznění dokonalosti postavy, kde zároveň uvádí jako nedílnou součást použití flitrů na doplňcích, ale i na základním oblečení jako je top nebo tričko nebo také na čepicích, kšiltovkách, které jsou v porovnání s opaskem v menším zastoupení.

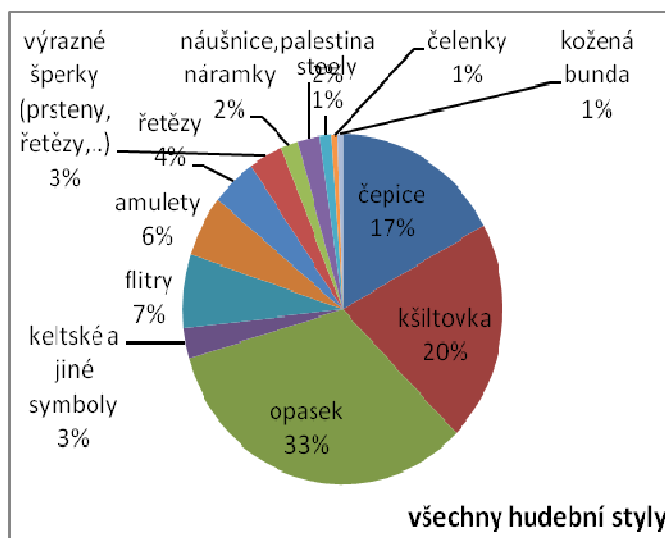
Rokeři a metalisti uvádí, že také nejčastěji upřednostňují opasky společně s různými čepicemi a kšiltovkami. Za to vyznavači punku používají nejvíce rozmanitých doplňků, které jim zaručují jejich jedinečnou originalitu, kdy posluchači tohoto stylu nelze přehlédnout a na první pohled je jasné, co poslouchají. Mezi uvedené doplňky patří převážně oblečení s keltskými a jinými symboly, různé amulety, řetězy, kostkované šátky zvané „Palestiny“, dále boty značky „STEEL“, které nosí i někteří z posluchačů metalu.

Pro zajímavost srovnáme odpovědi všech odpovídajících respondentů, které doplňky mládež nosí a nakupuje nejraději, kde 33% všech dotázaných respondentů jako nejvíce používaný doplněk uvedli opasek, dalším hitem jsou kšiltovky, které převážně nosí a také

nakupuje dvacet procent teenagerů včetně různých čepic, které rádo nosí sedmnáct procent dotázaných.

celkem všechny styly	počet
čepice	30
kšiltovka	36
opasek	58
keltské a jiné symboly	5
flitry	12
amulety	10
řetězy	8
výrazné šperky (prsteny, řetězy,...)	6
náušnice, náramky	3
palestina	4
steely	2
čelenky	1
kožená bunda	1

tabulka č. 4: Doplnky



graf č. 4: Doplnky

## 6.8 Otázka č. 7: „Jsou pro vás inspirací v oblékání a stylu interpreti, které posloucháte?“

Z posouzení a zpracování dotazníků vyplynulo, že většina mladých se podle interpretů se obléká pouze v rozmezí od 5 do 18%, kdy právě největší procentní podíl uvedli posluchači punku, u hip hopu je tento podíl 16%, rockeři a metalisti se oblékají podle svých oblíbených idolů z 9% a u disko stylu je tento podíl pouze 5%. Průzkum ukázal, že průměrně 30% teenagerů upřednostňuje svůj vlastní styl, který zaručuje, že hudební styly nejsou tak fádni, proto mládež do svých modelů zahrnuje svoje vlastní já a tím je zaručena i originalnost oblečení. Interpreti je ovlivňují jen částečně a u jednotlivých stylů se podíl ovlivnění mění. Nejméně jsou ovlivněni posluchači disko z 9% a punku 12%. Převážně jedna třetina uvedla, že se neinspirují ani neoblékají podle interpretů, které poslouchají, většinou upřednostňují sportovní módu nebo oblečení, které jim vyhovuje a cítí se v něm dobře.

## 6.9 Otázka č. 8: „Vaše oblíbené značky spojené s hudebním stylem?“

Odpovědi byly rozděleny podle oblíbenosti značek u vybraných pěti stylů, abychom zjistili, které značky jsou nejoblíbenější a zda jsou některé značky upřednostňovány všemi posluchači těchto stylů nebo jen některými.

U každého z pěti vybraných stylů byly zjišťovány čtyři nejvíce uváděné značky textilních výrobků. Posluchači disko nejvíce uváděli značky oblečení značek jako je Nike, Adidas, Roxy a Fishbone. U hiphoperů jsou dvě značky stejné jako u disko stylu a patří mezi ně Nike, Adidas, Burton, Horsefathers. Rockeři uváděli také Nike a Adidas společně se značkou Levis a Horsefeathers, větší změny uváděných značek nastali až u metalu a punku, kde společně uvedenou značkou bylo Nike a dále jsou upřednostňovány u metalistů jako další Convers, Nugget, jinak většina respondentů uvedla, že nemá žádnou oblíbenou značku. Posluchači punku dále uvedli Horsefeathers, Repulse a Vans. Ukázalo se, že mezi nejoblíbenější značky patří Nike, Adidas a Horsefeathers, i když toto není směrodatné jelikož, někteří z teenagerů uvedli pouze své nejoblíbenější nebo je neuvedli vůbec, s tím že je jim jedno, které značky oblečení to jsou, hlavně když se jim líbí, jsou příjemné na nošení, pohodlné a dlouho vydrží pěkně.

**Nike** – název americké značky byl odvozen od jména řecké bohyně vítězství Niké, tato firma je největším prodejcem sportovní obuvi, oděvů a různých doplňků pro sportovce. Značka Nike vznikla v roce 1971 a jejími zakladateli byli Bill Bowerman a Phil Knight, kteří začali nejdříve vyrábět běžecké boty, které by pomáhaly dosahovat vyšších sportovních výkonů a svým růstem výroby obuvi a sportovních oděvů se stala světovou jedničkou. Sídlo firmy je ve státě Oregon v USA, mezi dceřiné společnosti Nike patří značka Convers Inc., která byla respondenty také často zmiňována. (16)

**Adidas** – firma byla založena v roce 1924, kdy Adolf Dassler společně s bratrem Rudolfem rozjíždí svoji první továrnu pod názvem „Dassler Brothers Shoe Factory“, v roce 1948 došlo k rozdělení bratří a každý rozjíždí svoji firmu, kdy Adolf zakládá Adidas, kdy název vznikl spojením jeho zkráceného jména Adi a počátečních písmen příjmení, jedná se především o výrobce sportovního oblečení a obuvi pro všechny druhy sportů, kdy používá tři různá loga podle jednotlivých kolekcí, které rozlišují ryze sportovní oblečení s logem pyramidy, výrobky pro volný čas s logem kytičky a kolekci Style, která zahrnuje módní



oblečení v moderním stylu, které není v České republice dostupné a jsou označeny třemi pruhy v kruhu. (17)

**Horsefeathers** – firma začala už v roce 1989, kdy na střední škole začali Stewart Carlson a Joel DeVille tisknout vlastní návrhy potisků na různobarevná trička a mikiny pro skateboarding a snowboarding. V roce 1992 se rozpadla kvůli nedostatku peněz a další činnost se rozjela v roce 1994 v České republice několika verzemi potisků na trika, s jedním modelem kalhot a kraťasů, v současné době vyrábí oblečení na snowboarding a street.(18)

### 6.10 Otázka č. 9: „Pořizujete si oblečení těchto značek?“

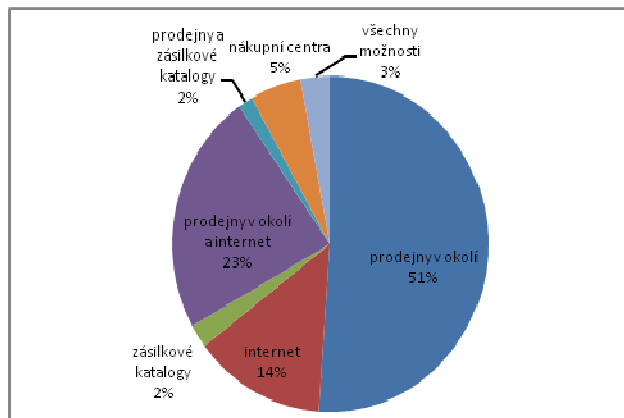
Módní značkové oblečení je v současnosti nedílnou součástí mladých, což dokazují také odpovědi na tuto otázku, je zřejmé, že většina teenagerů se obléká do oblečení jednotlivých značek, které sami v dotazníku uváděli. Z toho je viditelné, že jim záleží daleko více na značkovém oblečení než generaci jejich rodičů, což bylo ve větší míře způsobeno totalitním režimem, kdy na trhu byl velký nedostatek tohoto zboží. Možná i to je důvod dnešního upřednostňování kvalitního značkového zboží hlavně z ciziny. Dle zhodnocení vybraných pěti hudebních stylů se jedná v průměru o 66,8% těch, kteří toto zboží pořizují, z toho na jednotlivé styly připadá procentuelní podíl u disko 64%, hip hopu 69%, rocku 68%, metalu 52% a punku 71%, z toho vyplývá, že nejméně si na značkové zboží potrpí posluchači metalu.

### 6.11 Otázka č. 10: „Oblečení pořizujete?“

Z odpovědí všech dotázaných respondentů vychází, že teenageři nejčastěji spoléhají na prodejny v okolí, což dokazuje 68% podíl ze všech odpovědí, zároveň 31% uvedlo, že kromě prodejen v okolí využívají i e-shopy na internetu, kdy tento trend nákupů se právě nejvíce šíří mezi mládeží, jelikož se zboží dá sehnat podstatně levněji než v kamenných obchodech. Je to ale zase o tom, že si člověk musí spočítat, zda se mu nákup přes internet vyplatí, musí do ceny zahrnout také poštovné a balné, což pokud kupujeme jen jeden kus, tak se tím zboží prodraží. Zásilkové katalogy mezi mladými upadají a mají pouze 3% zastoupení, je to zřejmě z toho důvodu, že většinou dodání zboží trvá podstatně delší dobu než na internetu, není výjimkou, že někdy dodání objednaného zboží trvá i déle než jeden měsíc. Další nevýhodou zásilkových obchodů je také to, že zboží nafocené v katalogu může být zkreslené barevně a není možné si

osahat materiál, můžete zboží sice vrátit nebo vyměnit, ale vše je zdlouhavé, tato nevýhoda je i u nákupů přes internet.

prodejny v okolí	68
internet	18
zásilkové katalogy	3
prodejny v okolí a internet	31
prodejny a zásilkové katalogy	2
nákupní centra	7
všechny možnosti	4
celkem	133



tabulka č. 5: Možnosti nákupu

graf č. 5: Možnosti nákupu

U vybraných pěti nejvíce poslouchaných hudebních stylů jsou výsledky obdobné v porovnání se všemi respondenty. U disko stylu se 58% teenagerů spoléhá na pouze na obchody a 27% se spoléhá nejen na kamenné obchody, ale i na nákupy přes internet, 2% uvádějí, že nakupují v obchodech i přes zásilkové obchody a 2% využívají všechny tři možnosti. U hiphopu 65% nakupuje v obchodech a 25% využívá s obchody zároveň i e-shopy, nákupy přes internet pořizují 4% hiphoperů a 2% využívají všechny možnosti nebo uvedli jinou možnost, kterou dále nespecifikovali. Rockeři uvádí, že nakupují v obchodech z 45%, dále využívají internet společně s obchodem z 32%, podíl nakupujících pouze na internetu je 11%, 2% využívají zásilkové obchody, 5% uvádí, že využívají všechny uvedené možnosti a 5% zaškrtno jinou odpověď. U metalistů využívá nabídky okolních obchodů 43% teenagerů, 14% nakupuje přes internet, 9% nekupuje z nabízeného zboží zásilkových služeb, dále 24% využívá internet společně s obchody, 5% uvedlo všechny možnosti a 5% označilo jinou odpověď, která nebyla nijak specifikována. Posluchači punku nakupují své oblíbené kousky oblečení v obchodech v okolí pouze z 41%, internet využívá 18%, dále z 29% nakupují v obchodech společně s využitím nabídek na internetu, 6% uvedlo, že využívají všechny možnosti a 6% uvedlo jinou odpověď. Dnešní mládež dokáže využít všechny možnosti k nákupu svého oblíbeného oblečení, které se hodí k jejich image a dovolí jim být originální. Vždyť nikdo nenosí rád to co má ten druhý, tyto doby již pominuly a je žádoucí, aby se prosadila originalita do šatníků dnešní mládeže.

### **6.12 Otázka č. 11: „Jsou značky nebo stylové oblečení dostupné ve vašem okolí?“**

Na tuto otázku odpovědělo kladně 69% všech dotázaných 133 respondentů, z toho 10% uvedlo, že ne a 21% neví. Jestliže porovnáme odpovědi respondentů z pěti vybraných stylů, dozvíme se, že pro 71% disko posluchačů je oblečení dostupné v jejich okolí, 16% z nich neví a 13% uvádí, že oblečení dostupné není. Pro 82% posluchačů hiphopu je upřednostňované oblečení dostupné v okolních prodejnách, 16% neví a 2% uvádí, že ne. Dostupnost oblečení pro rockery je z 68%, neví 23% a nedostupné je pro 9%. U posluchačů metalu je viditelná nižší dostupnost v okolních prodejnách jako u punkerů, kdy italisti uvedli, že je dostupné pro 52%, 38% neví a pro 10% je nedostupné. U hudebního stylu punk, klesla dostupnost daného oblečení na 41%, 35% posluchačů neví, zda jsou v okolí dostupné a 24% uvádí, že je nedostupné. Průzkumem trhu bylo zjištěno, že pro určité styly není jednoduché sehnat typické oblečení, které je převážně dostupné pouze na internetu v e-shopech, které jsou zaměřeny přímo na daný styl, např. Metalshop, Punkshop, kdy u těchto stylů je pokles dostupnosti zřejmý.

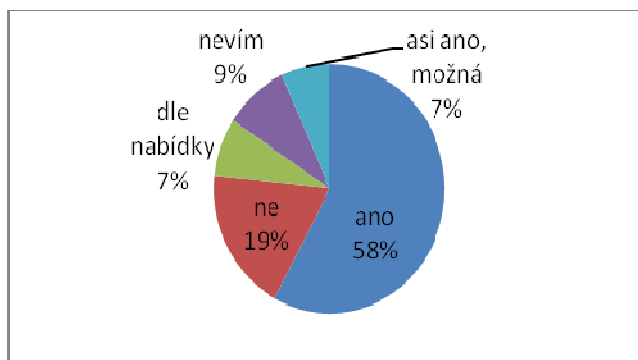
### **6.13 Otázka č. 12: „Pokud by se otevřela nová prodejna ve vašem okolí zaměřená na hudební styly, nakupovali byste v této prodejně?“**

Tato otázka souvisí s prodejností stylového oblečení, kdy by otevření nové prodejny uvítalo 49% posluchačů disko hudby, 68% hiphoperů, 48% rockerů, 43% metalistů a 41% vyznavačů punku. Z uvedených odpovědí je zřejmé, že obdivovatelé hip hopu by nejvíce uvítali otevření nové prodejny, která by byla samozřejmě zaměřena na jejich hudební styl. Vznik nové prodejny by žádným způsobem neovlivnilo v nákupních zvyklostech 26% posluchačů disko, 16% teenagerů s hip hop stylem, 20% rockerů, 28% metalistů a 18% posluchačů punku. Jinou odpověď, která většinou zahrnovala poznámky, že neví, zda by prodejnu navštěvovali, záleželo by na nabídce zboží a na výběru, kdy podíl těchto odpovědí byl u disko 25%, u hip hopu 16%, u rocku 32%, u metalu 29% a u punku 41%. Výsledkem je, že by nejvíce ovlivnil teenagery ohledně návštěvnosti nové prodejny výběr žádaného zboží převážně u posluchačů a vyznavačů hudebního stylu punk a metal, kteří uvádí v předchozích odpovědích, že oblečení k jejich stylu je méně dostupné v okolních prodejnách.

Z celkového pohledu všech dotázaných respondentů vychází podíl kladných odpovědí pro otevření nové prodejny lépe než v porovnání s jednotlivými hudebními styly, kde již 58% teenagerů poslouchajících všechny hudební styly uvádí, že by nakupovali v nově otevřené prodejně a pouhých 19% uvádí, že by je nová prodejna neovlivnila a nenakupovali by v ní.

ano	77
ne	25
dle nabídky	10
nevím	12
asi ano, možná	9
celkem	133

tabulka č. 6: Nová prodejna



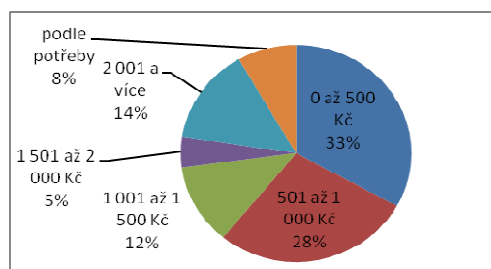
graf č. 6: Nová prodejna

#### 6.14 Otázka č. 13: „Kolik utratíte měsíčně za stylové oblečení?“

Kolik utrácí dnešní mládež za oblečení, je důležité pro nejednoho prodejce oblečení, musí znát jaká je poptávka teenagerů, aby uspokojili jejich potřeby, ale zároveň musí být zboží dostupné pro všechny, to ovšem ovlivňuje rozpětí nabízených textilních produktů a jejich doplňků, kdy je nutné nabídnout cenově dostupnou alternativu žádaného módního oblečení. Z odpovědí na tuto otázku je zřejmé, že mladí lidé rádi nakupují nové věci, někteří dokážou utratit nemalé částky za oblečení a doplňky, jiní zase musí zvážit, zda na to mají a mohou si to dovolit, jelikož v průměru 1/3 respondentů uvádí, že měsíčně utratí přibližně 0 až 500,- Kč. Průzkumem bylo dále zjištěno, že nejvíce jsou ochotni za stylové oblečení dle jejich hudebního stylu utratit posluchači a vyznavači stylu hip hop, kdy 35% uvádí, že měsíčně utratí 501 až 1 000,- Kč a dokonce 23% uvádí, že utratí 2 001,- Kč a více, což odpovídá cenové relaci tohoto zboží. I ostatní teenageři poslouchající jiné hudební styly utrácí obdobně jako hopeři, což je pro výrobce textilního zboží těchto stylů velmi dobrý ukazatel toho, aby tyto výrobky produkovali na trh, čímž je zaručena jeho prodejnost. U vybraných hudebních stylů se údaje liší a tyto varianty jsou společně kombinované. Dochází také k rozdílům mezi věkovými skupinami a mezi těmi, kteří si mohou již vydělat peníze na brigádách.

0 až 500 Kč	44
501 až 1 000 Kč	37
1 001 až 1 500 Kč	16
1 501 až 2 000 Kč	6
2 001 a více	19
podle potřeby	11
celkem	133

tabulka č. 7: Nákupy



graf č. 7: Nákupy

### 6.15 Otázka č. 14: „Oblečení si hradíte?“

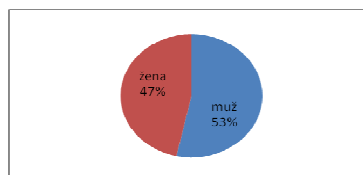
Z předchozích odpovědí vychází, že dnešní teenageři se rádi oblékají a nakupují oblečení podle svého vlastního nebo hudebního stylu, někteří jsou částečně ovlivněni interprety a snaží se je napodobit, některým je to jedno, hlavně že se v oblečení cítí dobře a oblečení splňuje jejich požadavky. Jak získávají peníze na své nákupy? Někteří se snaží si vydělat na různých brigádách nebo výdělečnou činností, pokud již nenavštěvují školu, ale převážná většina je získává od rodičů ve formě kapesného nebo podle potřeby a nutnosti pořízení nového trička nebo kalhot. V celkovém porovnání všech respondentů jsou výsledky získání hotovosti na tyto nákupy, kdy 44% uvedlo, že je získávají od rodičů, 26% si nakupuje oblečení převážně z kapesného, 22% z brigád a 8% z výdělečné činnosti.

### 6.16 Otázka č. 15: „Pohlaví?“

Při zpracování uvedeného průzkumu bylo dotázáno celkem 133 respondentů, z toho 71 mužů (53%) a 62 žen (47%), kteří studují na libereckých školách a učilištích, někteří již pracují a zároveň studují vysokou školu při zaměstnání.

muž	71
žena	62
celkem	133

tabulka č. 8: Pohlaví

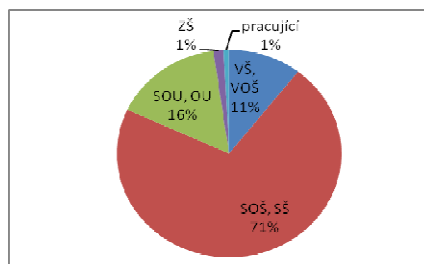


graf č. 8: Pohlaví

### 6.17 Otázka č. 16: „Jsi studentem?“

Do tohoto průzkumu se zapojili studenti vysokých škol, středních škol, učilišť, základních škol a jeden pracující teenager. Nejvíce se průzkumu zúčastnili studenti středních odborných škol zakončené maturitní zkouškou, jejich podíl je 71%, ostatní studenti učilišť se podílí 16%, studenti vysokých škol 11%, dále 1% žáků základních škol a 1% pracujících.

VŠ, VOŠ	14
SOŠ, SŠ	95
SOU, OU	21
ZŠ	2
pracující	1
celkem	133



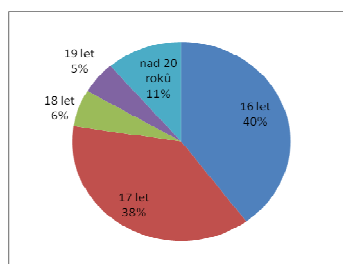
tabulka č. 9: Studium

graf č. 9: Studium

### 6.18 Otázka č. 17: „Uved'te věk?“

Průzkumu se zúčastnili studenti ve věku od 16 let nad 20 let, kteří ještě studují vysokou školu nebo jsou již pracující, na otázky v dotazníku odpovídalo 40% respondentů, kterým bylo 16 let, sedmnáctiletých bylo 38%, osmnáctiletých 6%, devatenáctiletých 5% a nad 20 roků jich bylo 11%.

16 let	53
17 let	50
18 let	8
19 let	7
nad 20 roků	15
celkem	133



tabulka č. 10: Věk

graf č. 10: Věk

## 7 Výsledky průzkumu

Některé jednotlivé odpovědi respondentů na položené otázky jsou chronologicky zpracovány do tabulek a grafů, které mohou být použity k dalšímu marketingovému použití pro jednotlivé prodejce oblečení se zaměřením na odívání mladých a jsou přílohami bakalářské práce. Průzkum mezi studenty na středních a vysokých školách v Liberci zjišťuje jejich postoje, názory, chování a co je k tomu motivuje, proč upřednostňují dané oblečení a co je pro ně při výběru důležité. (19)

Průzkumem bylo zjištěno, že dnešní teenageři rádi poslouchají hudbu a také se podle ní oblékají. Kdy každá z dotazovaných osob je samozřejmě jiná a má jiné priority, potřeby, vkus a rozdílné požadavky. V dnešní době asi nenajdeme člověka, který by jednoznačně řekl, že žádnou hudbu neposlouchá a nemá svoji oblíbenou melodii, svůj vlastní životní styl, někteří dokonce sní o možné hudební kariéře. Oblíbený styl máme všichni, i když každý si utváříme svůj, jsme z velké části ovlivňováni převážně okolním prostředím, které nás dokáže omezit v některých aktivitách a rozletu, někdy dokonce vymezit i na okraj společnosti, pokud se začneme příliš odlišovat. Například v dobách totalitního režimu bylo na některých školách zakázáno nosit ošoupané rifle nebo trička s cizojazyčnými nápisy. V tom je dnešní doba naštěstí jiná a hlavně se dnes může člověk svobodně projevit nejen slovem, ale i svou vizáží. Jedním požadavkem, na který byl zaměřen tento průzkum, bylo, jestli je dnešní mládež ovlivňována hudebními styly, jestli pouze poslouchá určitou hudbu nebo se také řídí tím, co daný hudební styl představuje. Jak se ukázalo, je oblečení pro mladé velmi důležité, chtějí se projevit a ukázat, co umí, tím si vytváří svůj vlastní styl k obrazu svému někdy i za pomoci inspirace, kterou hledají částečně u svých idolů.

### 7.1 Výdaje

Dále bylo srovnáno, zda výše vydaných peněz za oblečení souvisí s věkem, či nikoliv. Je viditelné, že většina šestnáctiletých až osmnáctiletých spoléhá na pomoc rodičů, kteří jim nakupují oblečení, toto často doplňují kapesným, které dostávají pro svoji měsíční potřebu. Pokud mají příležitost, chodí na různé brigády. U devatenáctiletých a studentů nad dvacet let je tomu naopak, zmenšuje se podíl závislosti na rodičích a zvětšuje se iniciativa těchto lidí si na svoje potřeby vydělat, ať už na brigádě nebo výdělečnou činností, třeba i proto že někteří

studují dálkově při zaměstnání. Tento poměr ovlivňuje i výši průměrných měsíčních nákupů, kdy mladší studenti převážně odkázaní na rodiče uvádějí nákupy v rozmezí od nuly až do částky 1 000,- Kč, kdežto ti co již pracují, nakupují zboží za vyšší částky. V České republice je zatím škoda, že cenová relace značkového zboží je stále vyšší oproti zahraničí, proto se některé zboží vyplatí nakupovat přes internet ze zahraničí. Názory studentů na ceny se liší, někteří jsou ochotni dát jakoukoliv částku, jen aby měli například zrovna ty džíny, které si vybrali, jiní zase na internetu hledají, kde by se dali tyto rifle sehnat levněji. S tím souvisí další názor některých z nich, že obchodníci si dávají na toto zboží co nejvyšší marži, protože vědí, že někteří lidé jsou ochotni za značkové zboží dát cokoliv, protože obliba značkového zboží po roce 1989 zaznamenala velký rozmach, kdy toto oblečení nebylo v Čechách vůbec dostupné, toto štěstí mělo jen pár šťastlivců, kteří nakupovali v Tuzexu nebo u spekulantů na ulici, kterým se říkalo veksláci.

## 7.2 Disko

Disko styl není ani tak o životním stylu, ale především o hudbě a zábavě mladých, kteří se scházejí na diskotékách a hlavně jim záleží na tom, jak vypadat co nejlépe podle poslední módy a sexy. Teenageři poslouchající tento styl se ani moc neoblékají podle interpretů, které poslouchají, většinou mají svůj vlastní styl nebo jen částečně hledají u interpretů inspiraci. Mezi jejich oblíbené značky oblečení patří Nike, Adidas, Roxy a Fishbone. Tento hudební styl je společně s hip hopem nejvíce odsuzovaným stylem dnešních teenagerů, někteří teenageři se o nich i nevhodně vyjadřují jako o „nagelovaných diskantech“, „šampónech“, prostě je to podle nich hudba pouze pro slečinky nebo pro gaye, většinou jsou to názory posluchačů, vyznavačů jiných stylů.

## 7.3 Hip hop

U hudebního stylu hip hop je zřejmé ovlivnění stylu a způsobu života, který nejenže ovlivňuje mladé, ale ukazuje svět ostatním, aby také poznali jaké to je žít například v ghetu, z kterého není úniku, proto se pro ně stala hudba a tanec projevem svobody a vyjádřením sebe sama, svého života a často zároveň i chodba byla voláním o pomoc. Pokud je znáte blíže, znáte, že upřednostňují volnost pohybu a k tomu opravdu volí vhodné oblečení, které jim umožňuje, co největší rozsah v pohybu, tak aby jim oblečení nepřekáželo. Výběr oblečení je



pro ně velmi důležitý, hlavně i proto, že toto oblečení není nijak levné a pohybuje se na hranici přístupnosti pro studujícího studenta, jedná se většinou o méně známé značky, které zatím u nás nejsou tak rozšířené. Najdete je pouze ve specializovaných hiphopových prodejnách, některé z těchto značek mají prodejny Mamut, Funstorm, Tornádo nebo Billabong, přesto uvádí, že mezi jejich oblíbené značky patří Nike, Adidas, Burton, Horsefeathers, DC a jiné, které jsou v Liberci běžně dostupné.

## **7.4 Rock**

O posluchačích rocku se zase říká, že v sobě mají sklony k rebelii, ale je to jen o tom, že chtějí mít drsný vzhled a chtějí jít proti proudu a trochu se vymanit ze stereotypu společnosti, rádi jezdí na motorkách a svoji inspiraci v odívání hledají u svých rockových hvězd, ty nejznámější u nás jsou například Pepa Vojtek ze skupiny Kabát nebo Petr Kolář. Rockeři do svého hudebního stylu promítají i způsob života, který vyjadřuje jejich touhy a pocity. Většina se dle uvedeného hudebního stylu neobléká, většinou upřednostňují svůj vlastní styl, protože své touhy promítají do svého oblečení a celé vizáže. Rádi se oblékají do značkového oblečení, které je dostupné v jejich okolí a mezi jejich nejoblíbenější patří Nike, Adidas, Levis a Horsefeathers.

## **7.5 Metal**

U metalistů je zase in černá barva, která je základem, musí se ale vhodně zkombinovat s jinými doplňky a barvami, kdy při průzkumu spousta posluchačů metalu uvedlo, že není zrovna jednoduché zapadnout do kolektivu ve třídě, když většina z nich poslouchá hip hop nebo disko, kteří ho vidí jako člověka vybočujícího z řady. Dle dnešní mládeže se i kolektiv ve školách třídí do skupin, které mají společné zájmy, stýkají se a baví se spolu, ostatní jakoby nevnímají, prostě neexistují. Pokud se budete ptát na jejich názor ohledně poslední dobou vzniklého stylu „nu metal“, dozvíte se, že ho až tak neberou a spíše se jedná o odnož něžného popu, který je slabým čajíčkem a s heavy metalem to nemá nic společného. Jeho posluchači dále uvádějí, že dnes už to tak není, že metalista rovná se vandrák s urousanými, mastnými vlasy a neupraveným zevnějškem, právě naopak dlouhé vlasy by měli být čisté, pěstěné a pravidelně zastříhávány. A dle provedeného průzkumu jej poslouchají pouze středoškoláci, kdy tento styl nevedl ani jeden z vysokoškoláků.

## 7.6 Punk

Dalším hudebním stylem, který vyjadřuje určité postoje, je punk, který je nejvíce zaměřen na rebelii a soustavný protest proti něčemu, je jedno jestli to je proti politice, proti fašismu nebo proti podstatě života samého. Jejich styl je specifický svojí částí oděvu, kdy prvky jejich oblečení není bezúčelné, ale vyjadřuje nějaký smysl nebo význam a většinou ukazují na něco, co je pro ně podstatné. Číro, které nosí na hlavě, má také několik významů, prvním je hlavně šokovat a hlavně se odlišit od hnutí skinheads, kdežto roztrhané triko a džíny jsou nošeny za účelem provokace a hlavně chtějí ukázat, že důležité je to, co je uvnitř a ne na povrchu. Posluchači tohoto stylu více uvádějí, že značkové oblečení, které mají rádi je spíše dostupné na internetu než v obchodech. Teenageři, kteří odpovídali na otázku, jaké značky mají nejraději, uvedli tyto nejčastěji uváděné značky – Nike, Horsefeathers, Repulse, Vans.

## 7.7 Barvy

Trendy v barvách nelze jednoznačně určit, jelikož dneska se stírá rozdíl mezi typicky chlapeckými a dívčími barvami, je úplně normální potkat mladého chlapce v růžové košili, tak jako děvče v tmavých modrých nebo zelených barvách, což přispívá k variabilitě barev mezi jednotlivci. Ani u jednotlivých stylů se průzkumem nepotvrdilo, že pro určitý hudební styl je typická nějaká barva, dnešní mládež se obléká do barev a to je velmi dobře, určitě by nebylo hezké, kdyby všichni chodili pouze v černé nebo v bílé. Například u disko stylu jsou preferované pastelové barvy zvýrazněné flitry nebo u metalu jsou to spíše tmavé barvy, ale nemůžeme mluvit o oblíbenosti určité barvy. Je to jednoduché a souvisí to s oblíbeností barev jednotlivce, takže pokud miluje někdo červenou, bude ji nosit i kdyby byl třeba vyznavačem metalu, kdy i tato barva byla v období 90. let velmi u metalistů oblíbená.

## 7.8 Prodejny a internet

Teenagerům byla kladena tato otázka zaměřující se na to, kde nejčastěji nakupují, výsledky se vztahují k místu prováděného průzkumu a tím je město Liberec. Nejčastěji respondenti uváděli, že nejčastěji nakupují v prodejnách, které jsou ve městě umístěné v nákupních centrech nebo v kamenných obchodech. Z rozhovorů vyplynulo, že nejraději nakupují v obchodech jako je Mamut, Funstorm, Billabong, Cropp Town, New Yorker nebo

House, které nabízejí převážně značkové oblečení pro mladé ve věku od 16 do 30 let. Někteří také uvedli, že pokud najdou i kousek oblečení, které se jim líbí a je za přijatelnou cenu, tak jej koupí i u vietnamských prodejců nebo v diskontních prodejnách jako je „Lidovka“ nebo „Kik – textil diskont“, i když většinou zcela výjimečně, jelikož zboží často po prvním vyprání nedrží tvar, barví nebo se barvy značně vypírají.

Pro mnohé teenagery je dalším zdrojem inspirace a nákupu internet, kde mohou vybrané značkové zboží sehnat někdy i o třetinu ceny levnější, chce to jen hledat a někdy počkat na akce, které jsou na internetu častější než v sezónních výprodejích v obchodech, nejčastěji využívají nákup přes Aukro nebo E-Bay, kde se dají přihazováním koupit věci dle jejich vyjádření někdy i „za hubičku“. Dalším zdrojem nákupu přes internet je objednání zboží přímo z Ameriky, jelikož u značkového zboží jsou ceny o třetinu levnější než v České republice.

## **7.9 Nová prodejna**

Průzkum ukázal, že nejčastějším místem nákupu je prodejna, která se nachází v blízkosti jejich bydliště nebo v místě, kde studují. Je to převážně proto, že si mohou zboží prohlédnout, vyzkoušet si ho, jak jim sedí a jestli jim také sluší. Tím se vyhnou problémům s vrácením zboží, které jim nepadne nebo neodpovídá obrázku na internetu nebo v katalogu. Většina teenagerů si myslí, že nabízený sortiment v Liberci je dostačující, ale přesto by uvítali otevření nové prodejny zaměřené na hudební styly a nabízela značky, které jsou v Liberci méně dostupné jako například G-Unit, Baby Phat, Ecko a podobně. Samozřejmě by dále záleželo na výběru zboží a na jeho kvalitě, která je pro ně rozhodující a pokud by byla cena nabízeného zboží přijatelná, rádi by se do této prodejny vraceli.

## 8 Shrnutí

Z uvedeného průzkumu a diskuzí s teenagery vyplývá, že dneska všichni poslouchají hudbu, ale už málokdo ví, jak který styl vznikl, respektive se o to moc nezajímají, prvořadě je, že se jim hudba líbí a texty jsou blízké jejich pocitům a životnímu postoji. Jak se ukázalo, 27% teenagerů vyjadřuje hudebním stylem svůj životní postoj, kterému podřídí i svůj šatník, aby se odlišili od ostatních stylů a dali najevo, že právě ten jejich styl je in, prostě cool. Zároveň dokážou odsoudit docela tvrdě styl, který není podle jejich stylu a nejdou daleko pro nevraživé a posměšné výrazy, což dokážou dát jasně najevo. Autor této práce se domnívá, že pro dnešní mládež a nejen pro ni je hudba velmi důležitá, uchylují se k ní, aby se uvolnili, zapomněli na všední starosti a mohli se aspoň na chvíli odpoutat od okolního světa a tím vyjádřit své emoce. Možná, že v této chvíli se vyvíjí další hudební styl, který brzy zaplaví svět, zda bude oblíbený nebo ne ponecháme na zvážení mladé generaci, která je současně jemným hudebním sítem.

Dnešní teenageři to mají mnohem jednodušší než naši předci, už se nemusí oblékat do toho, co je dáno dobou, zvyklostmi nebo režimem, ale mohou se rozlišit a oddělit se od ostatních tím, že se řadí do určitých skupin nebo se snaží být originální. Sami sebe škatulkují do skupin a dělí svoji společnost na jednotlivé podskupiny a mluví o sobě jako o diskantech, metalácích, pankáčích, šamponech apod. Když se rozhlédneme na ulici a budeme pozorovat mládež, můžeme vidět jednak propastné rozdíly mezi některými styly teenagerů, ale zároveň také značnou uniformitu těchto skupin. Někteří uznávají pouze sportovní oblečení, pak je tu mládež, která podléhá posledním módním výstřelkům nebo ti co nejnovější výstřelky módy vůbec neřeší a v neposlední řadě příznivci jednotlivých hudebních stylů. V posledních letech můžeme vyzorovat zmenšující se rozdíly mezi dívčím a chlapeckým oblečením, je to převážně způsobeno tím, že se velmi oblíbenými kousky oblečení stalo tričko, džíny, botasky nebo kecky. Je to velká škoda, že se nesnaží být více originální a jedinečný a tím dokázali vyjádřit svůj vlastní styl, i když originalita se mezi mládeží trestá odvržením a vymezením na okraj. Ale i přesto dnešní teenageři vědí, že oblečení je velmi důležité, avšak stále je uniformní, vlastně skupinově orientované. Většině z nich velmi záleží na tom, jak vypadají před ostatními a pečlivě sledují co nosí jejich spolužáci a přátelé. U oblečení si zakládají na tom, aby bylo převážně značkové a pokud možno co nejvíce in, ve značkovém oblečení se orientují více než jejich rodiče a tyto značky berou jako nedílnou součást svého šatníku.

## 8.1 Formulace

Informace, které byly o prezentované skupině teenagerů průzkumem zjištěny, jsou pro marketingové pracovníky pozitivní a tato skupina je marketingově zajímavá a variabilní. Autor této práce se domnívá, že by se s touto skupinou mělo více komunikovat, zaměřit se na jejich chování, různé požadavky a přání, převážně z několika důvodů:

- trh je zaměřen převážně na sportovní, skate-snowboardovou módu a trochu se zapomíná na hudební a kulturní vliv na odívání mládeže

- mladí jsou ochotni kupovat kvalitní značkové zboží podle jejich vlastních představ souvisejících s daným poslouchaným hudebním stylem i za vyšší cenu, kdy zboží musí být samozřejmě pohodlné, kvalitní a značkové.

Můžeme očekávat výrazné změny poptávky po kvalitním módním oblečení, které možná povedou ke vzniku nových obchodů a možná i výrobců textilního zboží orientovaných na uspokojování zvyšující se poptávky teenagerů ovlivněných hudebními styly, kdy by toto mohla být výzva právě pro výrobce oblečení pro mládež. Dalším kritériem prodejnosti tohoto zboží je cena, materiálové složení, značka, ale také především doporučení kamarádů, posledním faktorem ovlivňující teenagery k nákupu oblečení je reklama, i když tato je ovlivňuje minimálně. Hlavním bodem nespokojenosti mladých je velký příliv nekvalitního zboží asijských výrobců, které jsou někdy českými prodejci prezentovány jako značkové kvalitní a jsou prodávány za přemrštěné ceny, kdy tento fenomén by vymizel, pokud by ceny značkového zboží byli přijatelné i pro studenty, kteří jsou v době studia závislí na rodičích nebo na tom, zda seženou brigádu.

Při provádění průzkumu byla s mládeží vedena diskuze ohledně zvolených otázek, kdy smyslem bylo se dostat do kontaktu s teenagery a dozvědět se i jejich názory na jednotlivé hudební styly a zamezit nepochopení některých otázek, tak aby jejich odpovědi dávaly smysl. I když se průzkumu zúčastnil jen malý zlomek studentů, lze práci považovat za přínosnou.

## 9 Závěr

Tato bakalářská práce se zabývala chováním teenagerů ovlivněných hudebními styly ve věku od 16 nad 20 let studujících na středních a vysokých školách v Liberci. Jejím cílem bylo se blíže seznámit, porozumět myšlení a zároveň zjištění oblíbeného stylu oblečení teenagerů sledovaného věkového intervalu. Důležitou částí je analýza zjištěných primárních dat, která byla získávána prostřednictvím sestaveného dotazníku a provedené diskuze s teenagery na téma „Oblíbené hudební styly“. Další podstatnou část tvoří shrnutí, formulace některých doporučení a závěrů zaměřených na chování teenagerů ovlivněných hudebními styly v dané věkové kategorii a zjištění, zda hudební styl ovlivňuje jejich chování a vyjadřuje i jejich životní postoj, který je u některých posluchačů viditelný na první pohled.

Otázky zaměřené na jednotlivé hudební styly nám přinesly následující informace ohledně nejoblíbenějších hudebních stylů studentů v Liberci, je to těchto pět stylů: disko (21%), hip hop (18%), rock (16%), punk (8%) a metal (6%). Průzkumu se zúčastnilo 53% mužů a 47% žen. Podle hudebního stylu obléká pouze 45% posluchačů diska, 45% hiphoperů, 30% rockerů, 53% vyznavačů punku a 38% metalistů. Při odpovědi na další ukazatel, zda se oblékají podle interpretů, které poslouchají, většina dotázaných odpověděla, že mají raději svůj vlastní styl nebo se inspiroují jen částečně. V oblečení nejvíce upřednostňují kvalitní značkové oblečení i za vyšší cenu, kdy pořadí kvality a ceny je ovlivněno množstvím finančních prostředků jednotlivých respondentů. Šetření ukázalo, že teenageři uvádějí jako nejčastější variantu získání potřebných prostředků z nabízených variant a tím je příjem od rodičů, tím poukazují na závislost na rodičích v podobě kapesného nebo přímého financování vybraného oblečení v závislosti na potřebě a možnostech dané rodiny. Ve zkoumaném vzorku respondentů se pohybují převážně studenti, jejichž finanční úroveň jim neumožňuje pořídit si většinu věcí, které by si chtěli pořídit, a proto hledají brigády nebo jinou výdělečnou činnost, aby si mohly toto oblečení pořídit. Jsou zde zastoupeni i studenti, jejichž finanční situace jim dovolí pořídit si většinu věcí, v tomto případě se jedná převážně o studenty nad 18 let.

Z šetření vyplynulo, že většina respondentů preferuje tyto oblíbené značky, mezi něž patří Nike, Adidas, Horsefeathers, Roxy, Fisbone, Burton, DC a další. V současné době se převážně spoléhají na obchody dostupné v okolí nebo na jejich oblíbené internetové e-shopy, kdy v uvedeném průzkumu 58% teenagerů z celkového průzkumu uvedlo, že pokud by se

v Liberci otevřela nová prodejna zaměřená na oblečení podle hudebních stylů a nabízela široký cenově dostupný a zajímavý sortiment oblečení včetně různých doplňků, určitě by ji navštívili a pokud by jim výběr nabízeného textilního zboží vyhovoval, tak by v ní opětovně nakupovali. Cenová dostupnost je jen jedním požadavkem na oblečení, dalším je převážně kvalita materiálu a zpracování, ale také dostupnost této prodejny, kdy 51% respondentů uvedlo, že oblečení pořizují v dostupných prodejnách Liberce, protože jim zaručují možnost vyzkoušení vybraného oblečení.

## 10 Literatura

- 1) <http://sweet17.cz/20071212-music-style-funk/>
- 2) <http://cs.wikipedia.org/wiki/Disco#Hip>
- 3) <http://drobinkova.blog.cz/0704/oblecte-se-podle-stylu-hudby-disco>
- 4) [http://cs.wikipedia.org/wiki/Hip\\_hop](http://cs.wikipedia.org/wiki/Hip_hop)
- 5) <http://drobinkova.blog.cz/0704/oblecte-se-podle-stylu-hudby-hip-hop>
- 6) <http://cs.wikipedia.org/wiki/Rock>
- 7) <http://blog.aktualne.centrum.cz/blogy/jana-machalova.php?itemid=8405>
- 8) <http://cs.wikipedia.org/wiki/Punk>
- 9) <http://adinecka.wgz.cz/punk>
- 10) <http://cs.wikipedia.org/wiki/Heavy-metal>
- 11) <http://oblectese.cz/896/metalove-obleceni-nejen-kozene-a-dzinove-obleceni/>
- 12) Švandová, Z.: Úvod marketingové strategie. Liberec: Vysokoškolský podnik, 2005, ISBN 80-7083-918-X
- 13) <http://www.abs-portal.cz/architektura/realizace/best-of-realty-zna-viteze-908.html>
- 14) Dědková, J., Honzáková, I.: Základy marketingu pro kombinované studium. Liberec: Vysokoškolský podnik, 2005, ISBN 80-7083-908-2
- 15) Horáková, I.: Marketing v současné světové praxi. Most: Severografie, 1992, ISBN 80-5424-83-5
- 16) <http://skate-znacky.cz/nike/>
- 17) <http://www.adidas-info.cz/>
- 18) <http://skate-znacky.cz/horsefeathers/>
- 19) Simová, J.: Marketingový výzkum. Liberec: Vysokoškolský podnik, 2005, ISBN 80-7372-014-0



## 11 Seznam obrázků

- Obrázek č. 1      [www.buzzle.com/articles/history-of-disco-dance.html](http://www.buzzle.com/articles/history-of-disco-dance.html)
- Obrázek č. 2      [http://www.ollie.cekuj.net/?page\\_id=31](http://www.ollie.cekuj.net/?page_id=31)
- Obrázek č. 3      <http://www.rollingstones.com/>
- Obrázek č. 4      <http://punksnotdrugs.blog.cz/0711>

## 12 Příloha

### 12.1 Příloha č. 1 - Dotazník

#### **Dotazník**

- 1) Posloucháte rádi hudbu?  
☐ ano      ☐ ne
- 2) Jaký hudební styl posloucháte?  
☐ hip hop   ☐ emo      ☐ metal      ☐ disco  
☐ rock   ☐ visu      ☐ techno      ☐ tekno  
☐ punk   ☐ gothic      ☐ jiná odpověď .....
- 3) Oblékáte se podle hudebního stylu, který posloucháte?  
☐ ano      ☐ ne
- 4) Jaké oblečení je typické pro váš oblíbený hudební styl?  
.....  
.....
- 5) Kterému doplňku dáváte přednost, protože je výrazem stylu?  
☐ čepice   ☐ kšiltovka   ☐ opasek      ☐ keltské a jiné symboly  
☐ flitry   ☐ amulety   ☐ řetězy      ☐ jiná odpověď .....
- 6) Jaká barva je pro váš styl typická?  
☐ černá   ☐ bílá      ☐ modrá      ☐ červená  
☐ žádná   ☐ jiná odpověď .....
- 7) Jsou pro vás inspirací v oblékání a stylu interpreti, které posloucháte?  
☐ ano      ☐ ne      ☐ mám svůj osobní styl  
☐ částečně      ☐ jiná odpověď .....

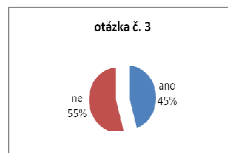
- 8) Vaše oblíbené módní značky spojené s hudebním stylem?  
☐ název.....
- 9) Pořizujete si oblečení těchto značek?  
☐ ano ☐ ne
- 10) Oblečení pořizujete?  
☐ prodejny v okolí ☐ internet ☐ zásilkové katalogy  
☐ jiná odpověď .....
- 11) Jsou tyto značky nebo stylové oblečení dostupné ve vašem okolí?  
☐ ano ☐ ne ☐ nevím
- 12) Pokud by se otevřela nová prodejna ve vašem okolí zaměřená na hudební styly, nakupovali by jste v této prodejně?  
☐ ano ☐ ne ☐ jiná odpověď .....  
.....
- 13) Kolik utratíte měsíčně za stylové oblečení?  
☐ 0 až 500 Kč ☐ 501 až 1 000 Kč ☐ 1 001 až 1 500 Kč  
☐ 1 501 až 2 000 Kč ☐ 2 001 a více ☐ jiná odpověď .....
- 14) Oblečení si hradíte?  
☐ z kapesného ☐ z brigád ☐ z peněz od rodičů  
☐ z výdělečné činnosti ☐ jiná odpověď .....
- 15) Pohlaví  
☐ muž ☐ žena
- 16) Jsi studentem?  
☐ VŠ,VOŠ ☐ SOŠ,SŠ ☐ SOU,OU ☐ jiná odpověď.....
- 17) Uveďte věk  
☐ 16 ☐ 17 ☐ 18 ☐ 19 ☐ nad 20 let

## 12.2 Příloha č. 2 – Disko

55 respondentů poslouchajících disko

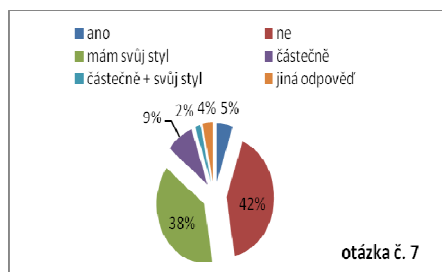
### 3. Oblékáte se podle hudebního stylu, který posloucháte?

ano	25
ne	30
celkem	55



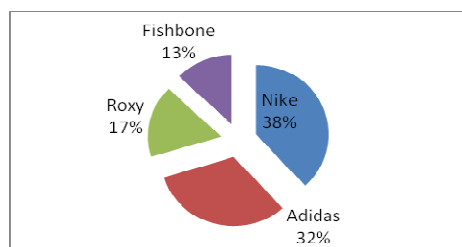
### 7. Jsou pro vás inspirací v oblékání a stylu interpreti, které posloucháte?

ano	3
ne	23
mám svůj styl	21
částečně	5
částečně + svůj styl	1
jiná odpověď	2
celkem	55



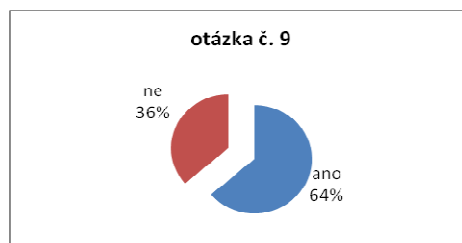
### 8. výběr čtyř nejčastěji zmiňovaných značek (55 respondentů - % podíl z odpovědí k danému stylu)

Nike	18	32,70%
Adidas	15	27,27%
Roxy	8	14,54%
Fishbone	6	10,90%



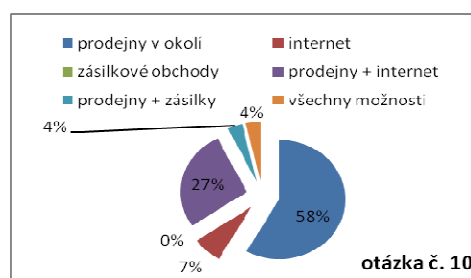
### 9. Pořizujete si oblečení těchto značek?

ano	35
ne	20
celkem	55

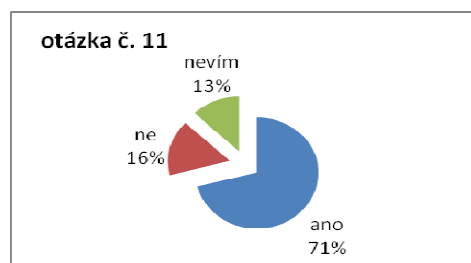


**10. Oblečení pořizujete?**

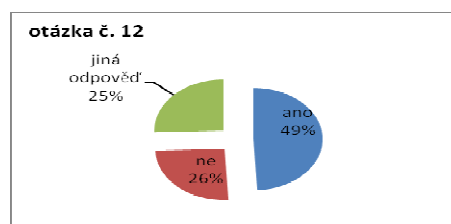
prodejny v okolí	32
internet	4
zásilkové obchody	0
prodejny + internet	15
prodejny + zásilky	2
všechny možnosti	2
celkem	55

**11. Jsou tyto značky nebo stylové oblečení dostupné ve vašem okolí?**

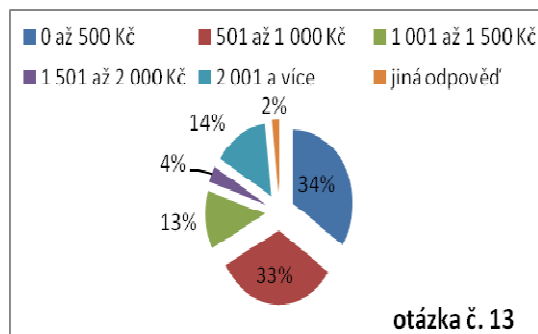
ano	39
ne	9
nevím	7
celkem	55

**12. Pokud by se otevřela nová prodejna, nakupovali byste v ní?**

ano	27
ne	14
jiná odpověď	14
celkem	55

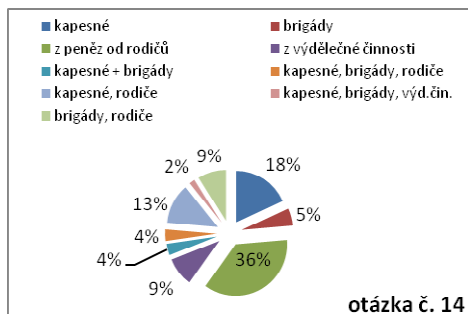
**13. Kolik měsíčně za stylové oblečení utratíte?**

0 až 500 Kč	19
501 až 1 000 Kč	18
1 001 až 1 500 Kč	7
1 501 až 2 000 Kč	2
2 001 a více	8
jiná odpověď	1
celkem	55

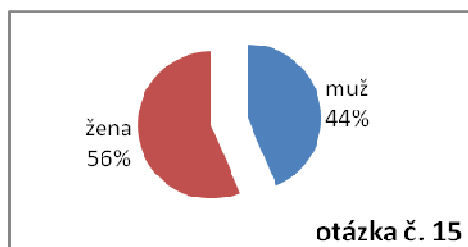


**14. Oblečení si hradíte?**

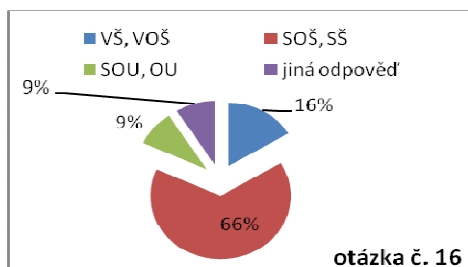
kapesné	10
brigády	3
z peněz od rodičů	20
z výdělečné činnosti	5
kapesné + brigády	2
kapesné, brigády, rodiče	2
kapesné, rodiče	7
kapesné, brigády, výd.čin.	1
brigády, rodiče	5
celkem	55

**15. Pohlaví**

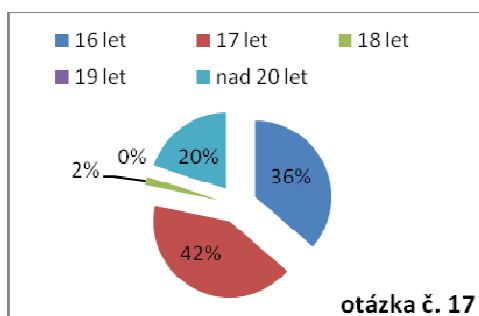
muž	24
žena	31
celkem	55

**16. Jsi studentem?**

VŠ, VOŠ	9
SOŠ, SŠ	36
SOU, OU	5
jiná odpověď	5
celkem	55

**17. Uveďte věk**

16 let	20
17 let	23
18 let	1
19 let	0
nad 20 let	11
celkem	55

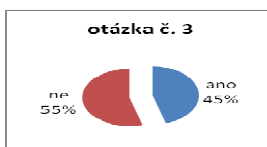


## 12.3 Příloha č. 3 – Hip hop

49 respondentů poslouchajících hip hop

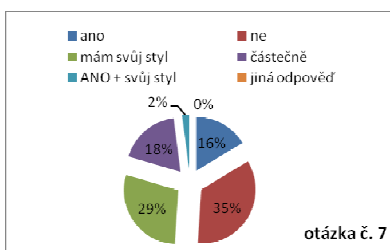
### 3. Oblékáte se podle hudebního stylu, který posloucháte?

ano	25
ne	24
celkem	49



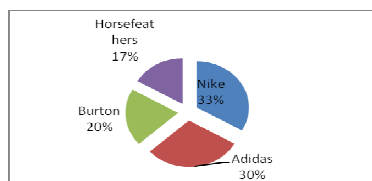
### 7. Jsou pro vás inspirací v oblékání a stylu interpreti, které posloucháte?

ano	8
ne	17
mám svůj styl	14
částečně	9
ANO + svůj styl	1
jiná odpověď	0
celkem	49



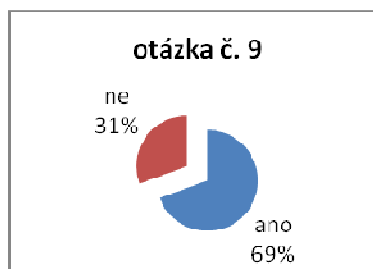
### 8. výběr čtyř nejčastěji zmiňovaných značek (49 respondentů - % podíl z odpovědí k danému stylu)

Nike	10	20,40%
Adidas	9	18,36%
Burton	6	12,24%
Horsefeathers	5	10,20%



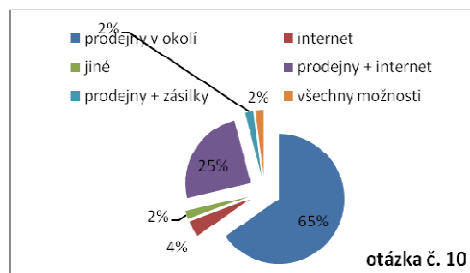
### 9. Pořizujete si oblečení těchto značek?

ano	34
ne	15
celkem	49

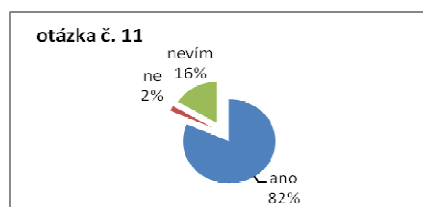


**10. Oblečení pořizujete?**

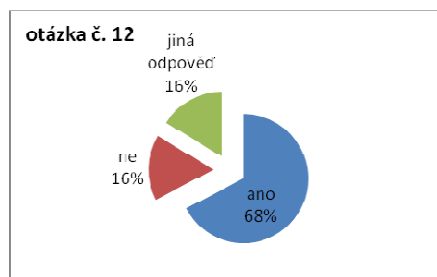
prodejny v okolí	32
internet	2
jiné	1
prodejny + internet	12
prodejny + zásilky	1
všechny možnosti	1
celkem	49

**11. Jsou tyto značky nebo stylové oblečení dostupné ve vašem okolí?**

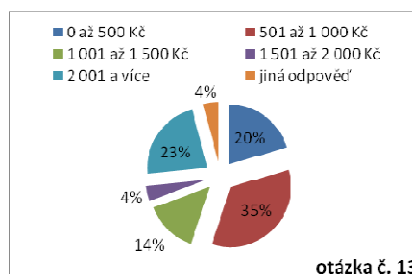
ano	40
ne	1
nevím	8
celkem	49

**12. Pokud by se otevřela nová prodejna, nakupovali byste v ní?**

ano	33
ne	8
jiná odpověď	8
celkem	49

**13. Kolik měsíčně za stylové oblečení utratíte?**

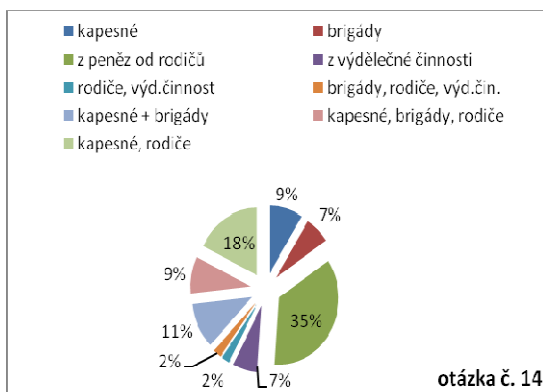
0 až 500 Kč	10
501 až 1 000 Kč	17
1 001 až 1 500 Kč	7
1 501 až 2 000 Kč	2
2 001 a více	11
jiná odpověď	2
celkem	49



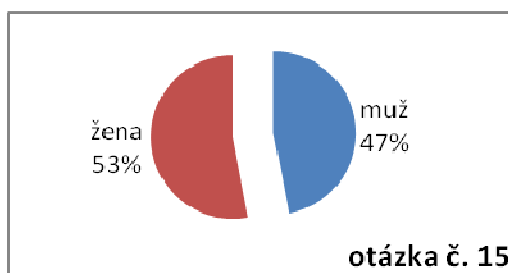


**14. Oblečení si hradíte?**

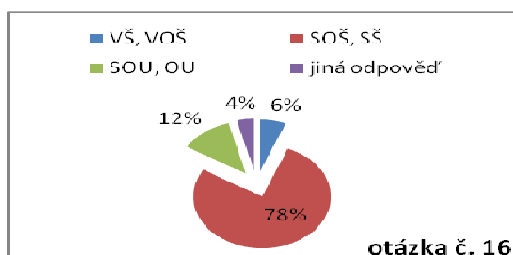
kapesné	4
brigády	3
z peněz od rodičů	16
z výdělečné činnosti	3
rodiče, výd.činnost	1
brigády, rodiče, výd.čin.	1
kapesné + brigády	5
kapesné, brigády, rodiče	4
kapesné, rodiče	8
kapesné, brigády, výd.čin.	1
brigády, rodiče	3
celkem	49

**15. Pohlaví**

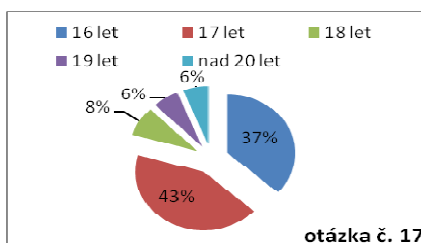
muž	23
žena	26
celkem	49

**16. Jsi studentem?**

VŠ, VOŠ	3
SOŠ, SŠ	38
SOU, OU	6
jiná odpověď	2
celkem	49

**17. Uveďte věk**

16 let	18
17 let	21
18 let	4
19 let	3
nad 20 let	3
celkem	49

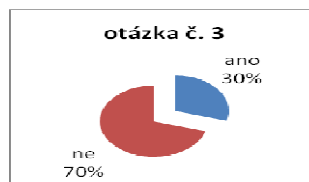


## 12.4 Příloha č. 4 – Rock

44 respondentů poslouchajících rock

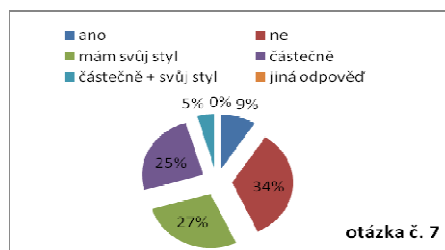
### 3. Oblékáte se podle hudebního stylu, který posloucháte?

ano	13
ne	31
celkem	44



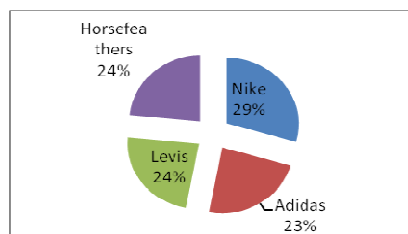
### 7. Jsou pro vás inspirací v oblékání a stylu interpreti, které posloucháte?

ano	4
ne	15
mám svůj styl	12
částečně	11
částečně + svůj styl	2
jiná odpověď	0
celkem	44



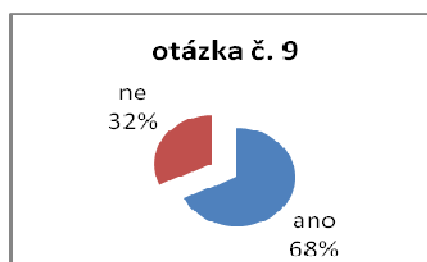
### 8. výběr čtyř nejčastěji zmiňovaných značek (44 respondentů - % podíl z odpovědí k danému stylu)

Nike	5	11,36%
Adidas	4	9,09%
Levis	4	9,09%
Horsefeathers	4	9,09%



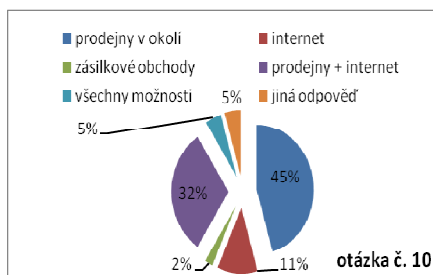
### 9. Pořizujete si oblečení těchto značek?

ano	30
ne	14
celkem	44

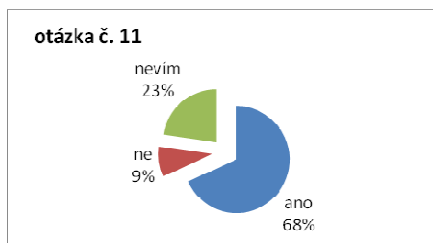


**10. Oblečení pořizujete?**

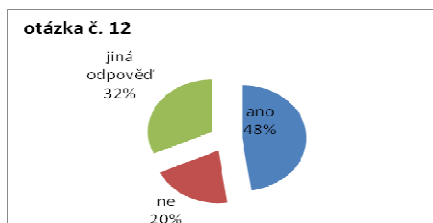
prodejny v okolí	20
internet	5
zásilkové obchody	1
prodejny + internet	14
všechny možnosti	2
jiná odpověď	2
celkem	44

**11. Jsou tyto značky nebo stylové oblečení dostupné ve vašem okolí?**

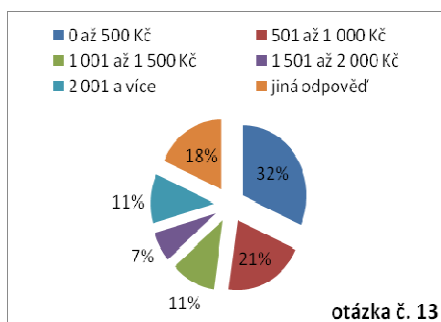
ano	30
ne	4
nevím	10
celkem	44

**12. Pokud by se otevřela nová prodejna, nakupovali byste v ní?**

ano	21
ne	9
jiná odpověď	14
celkem	44

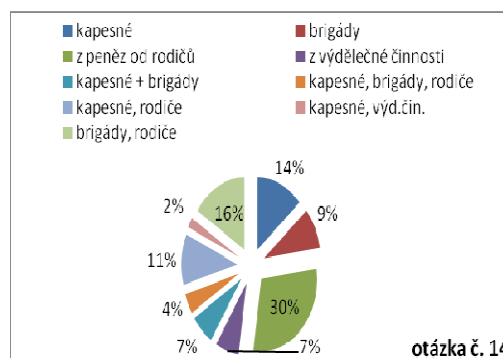
**13. Kolik měsíčně za stylové oblečení utratíte?**

0 až 500 Kč	14
501 až 1 000 Kč	9
1 001 až 1 500 Kč	5
1 501 až 2 000 Kč	3
2 001 a více	5
jiná odpověď	8
celkem	44

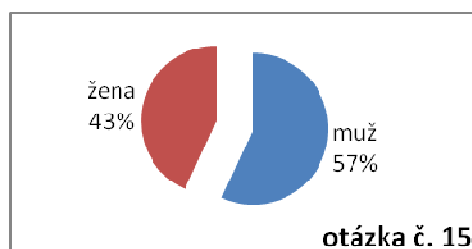


**14. Oblečení si hradíte?**

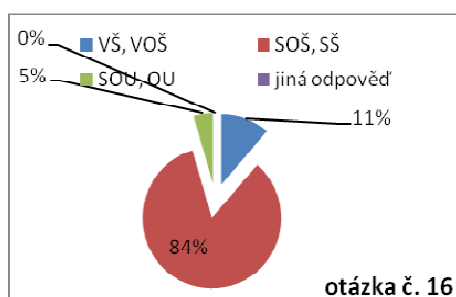
kapesné	6
brigády	4
z peněz od rodičů	13
z výdělečné činnosti	3
kapesné + brigády	3
kapesné, brigády, rodiče	2
kapesné, rodiče	5
kapesné, výd.čin.	1
brigády, rodiče	7
celkem	44

**15. Pohlaví**

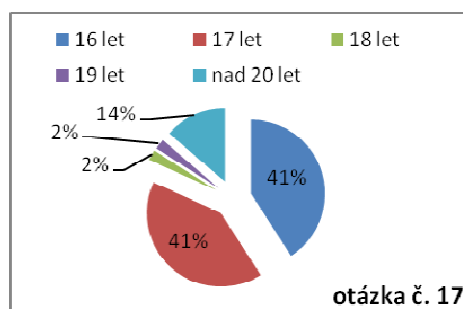
muž	25
žena	19
celkem	44

**16. Jsi studentem?**

VŠ, VOŠ	5
SOŠ, SŠ	37
SOU, OU	2
jiná odpověď	0
celkem	44

**17. Uveďte věk**

16 let	18
17 let	18
18 let	1
19 let	1
nad 20 let	6
celkem	44

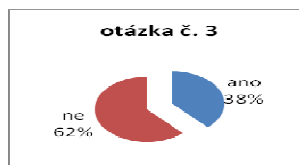


## 12.5 Příloha č. 5 – Metal

21 respondentů poslouchajících metal

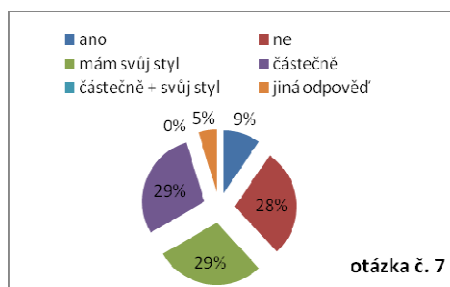
### 3. Oblékáte se podle hudebního stylu, který posloucháte?

ano	8
ne	13
celkem	21



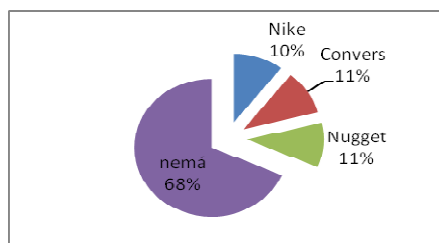
### 7. Jsou pro vás inspirací v oblékání a stylu interpreti, které posloucháte?

ano	2
ne	6
mám svůj styl	6
částečně	6
částečně + svůj styl	0
jiná odpověď	1
celkem	21



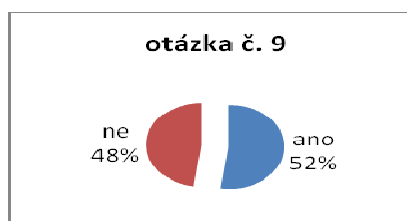
### 8. výběr čtyř nejčastěji zmiňovaných značek (21 respondentů - % podíl z odpovědí k danému stylu)

Nike	2	9,52%
Convers	2	9,52%
Nugget	2	9,52%
nemá	13	61,90%



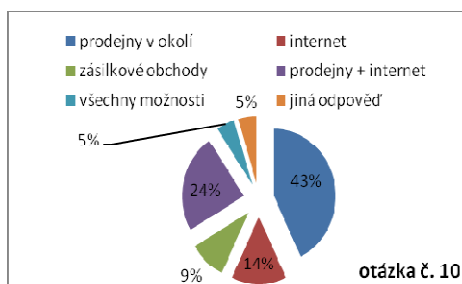
### 9. Pořizujete si oblečení těchto značek?

ano	11
ne	10
celkem	21



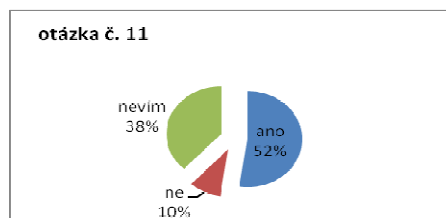
### 10. Oblečení pořizujete?

prodejny v okolí	9
internet	3
zásilkové obchody	2
prodejny + internet	5
všechny možnosti	1
jiná odpověď	1
celkem	21



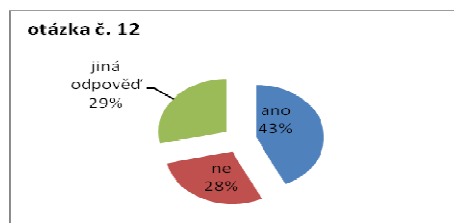
### 11. Jsou tyto značky nebo stylové oblečení dostupné ve vašem okolí?

ano	11
ne	2
nevím	8
celkem	21



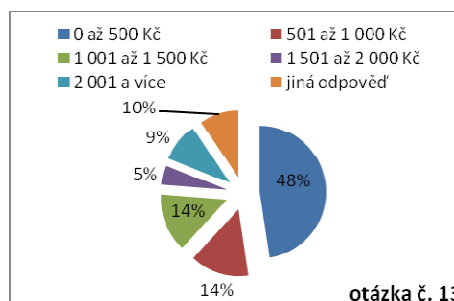
### 12. Pokud by se otevřela nová prodejna, nakupovali byste v ní?

ano	9
ne	6
jiná odpověď	6
celkem	21



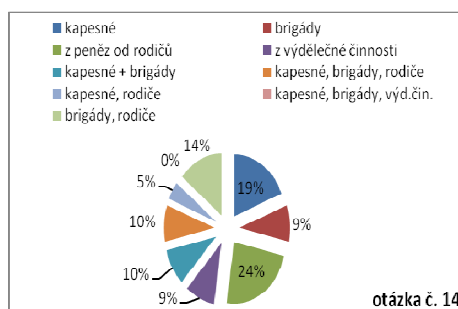
### 13. Kolik měsíčně za stylové oblečení utratíte?

0 až 500 Kč	10
501 až 1 000 Kč	3
1 001 až 1 500 Kč	3
1 501 až 2 000 Kč	1
2 001 a více	2
jiná odpověď	2
celkem	21

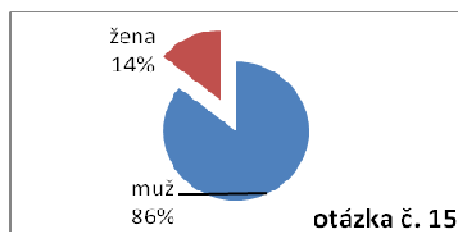


**14. Oblečení si hradíte?**

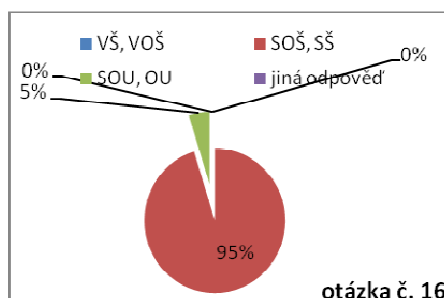
kapesné	4
brigády	2
z peněz od rodičů	5
z výdělečné činnosti	2
kapesné + brigády	2
kapesné, brigády, rodiče	2
kapesné, rodiče	1
kapesné, brigády, výd.čin.	0
brigády, rodiče	3
celkem	21

**15. Pohlaví**

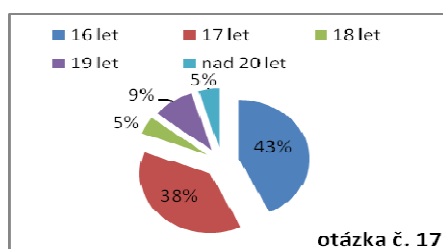
muž	18
žena	3
celkem	21

**16. Jsi studentem?**

VŠ, VOŠ	0
SOŠ, SŠ	20
SOU, OU	1
jiná odpověď	0
celkem	21

**17. Uveďte věk**

16 let	9
17 let	8
18 let	1
19 let	2
nad 20 let	1
celkem	21

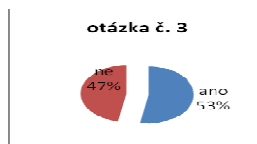


## 12.6 Příloha č. 6 – Punk

17 respondentů poslouchajících punk

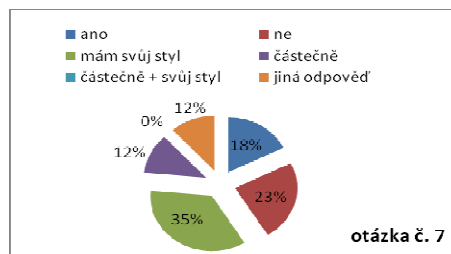
### 3. Oblékáte se podle hudebního stylu, který posloucháte?

ano	9
ne	8
celkem	17



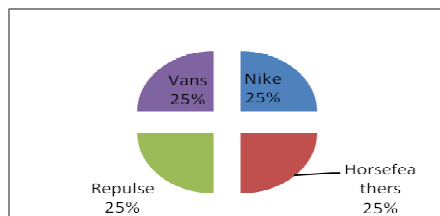
### 7. Jsou pro vás inspirací v oblékání a stylu interpreti, které posloucháte?

ano	3
ne	4
mám svůj styl	6
částečně	2
částečně + svůj styl	0
jiná odpověď	2
celkem	17



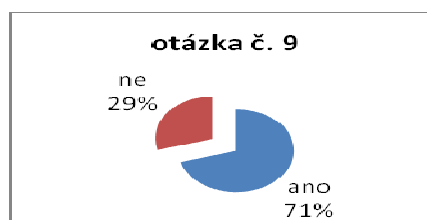
### 8. výběr čtyř nejčastěji zmiňovaných značek (17 respondentů - % podíl z odpovědí k danému stylu)

Nike	2	11,76%
Horsefeathers	2	11,76%
Repulse	2	11,76%
Vans	2	11,76%



### 9. Pořizujete si oblečení těchto značek?

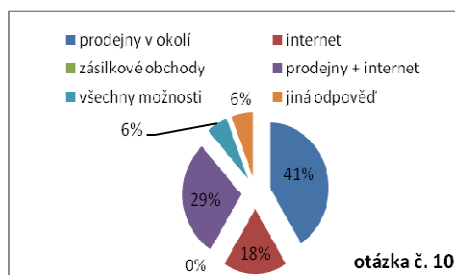
ano	12
ne	5
celkem	17





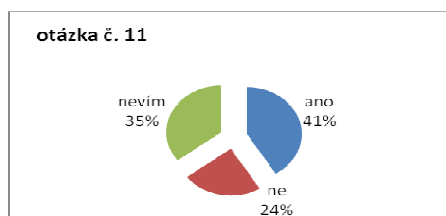
### 10. Oblečení pořizujete?

prodejny v okolí	7
internet	3
zásilkové obchody	0
prodejny + internet	5
všechny možnosti	1
jiná odpověď	1
celkem	17



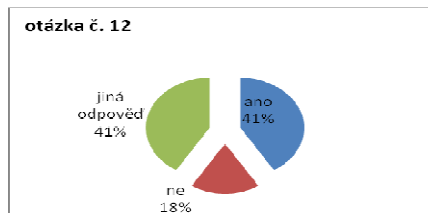
### 11. Jsou tyto značky nebo stylové oblečení dostupné ve vašem okolí?

ano	7
ne	4
nevím	6
celkem	17



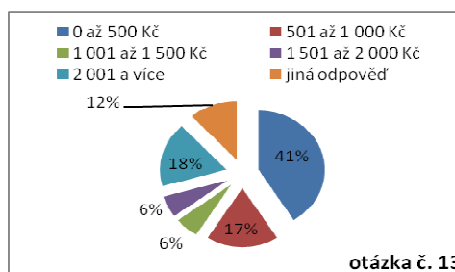
### 12. Pokud by se otevřela nová prodejna, nakupovali byste v ní?

ano	7
ne	3
jiná odpověď	7
celkem	17



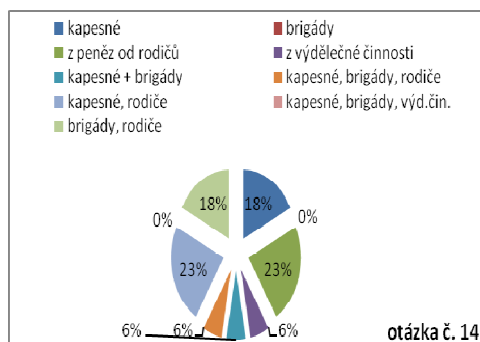
### 13. Kolik měsíčně za stylové oblečení utratíte?

0 až 500 Kč	7
501 až 1 000 Kč	3
1 001 až 1 500 Kč	1
1 501 až 2 000 Kč	1
2 001 a více	3
jiná odpověď	2
celkem	17

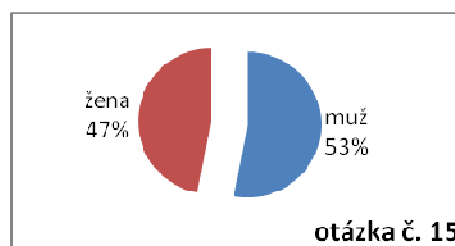


**14. Oblečení si hradíte?**

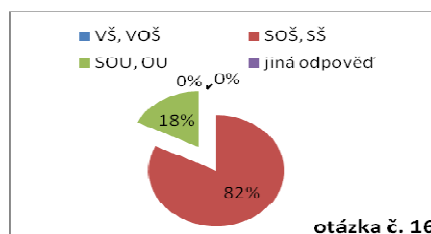
kapesné	3
brigády	
z peněz od rodičů	4
z výdělečné činnosti	1
kapesné + brigády	1
kapesné, brigády, rodiče	1
kapesné, rodiče	4
kapesné, brigády, výd.čin.	
brigády, rodiče	3
celkem	17

**15. Pohlaví**

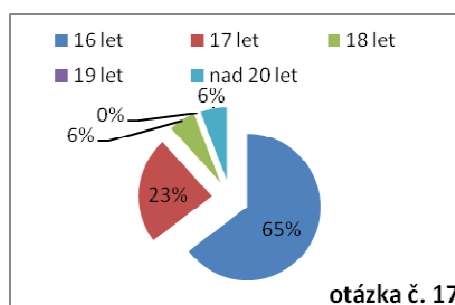
muž	9
žena	8
celkem	17

**16. Jsi studentem?**

VŠ, VOŠ	0
SOŠ, SŠ	14
SOU, OU	3
jiná odpověď	0
celkem	17

**17. Uveďte věk**

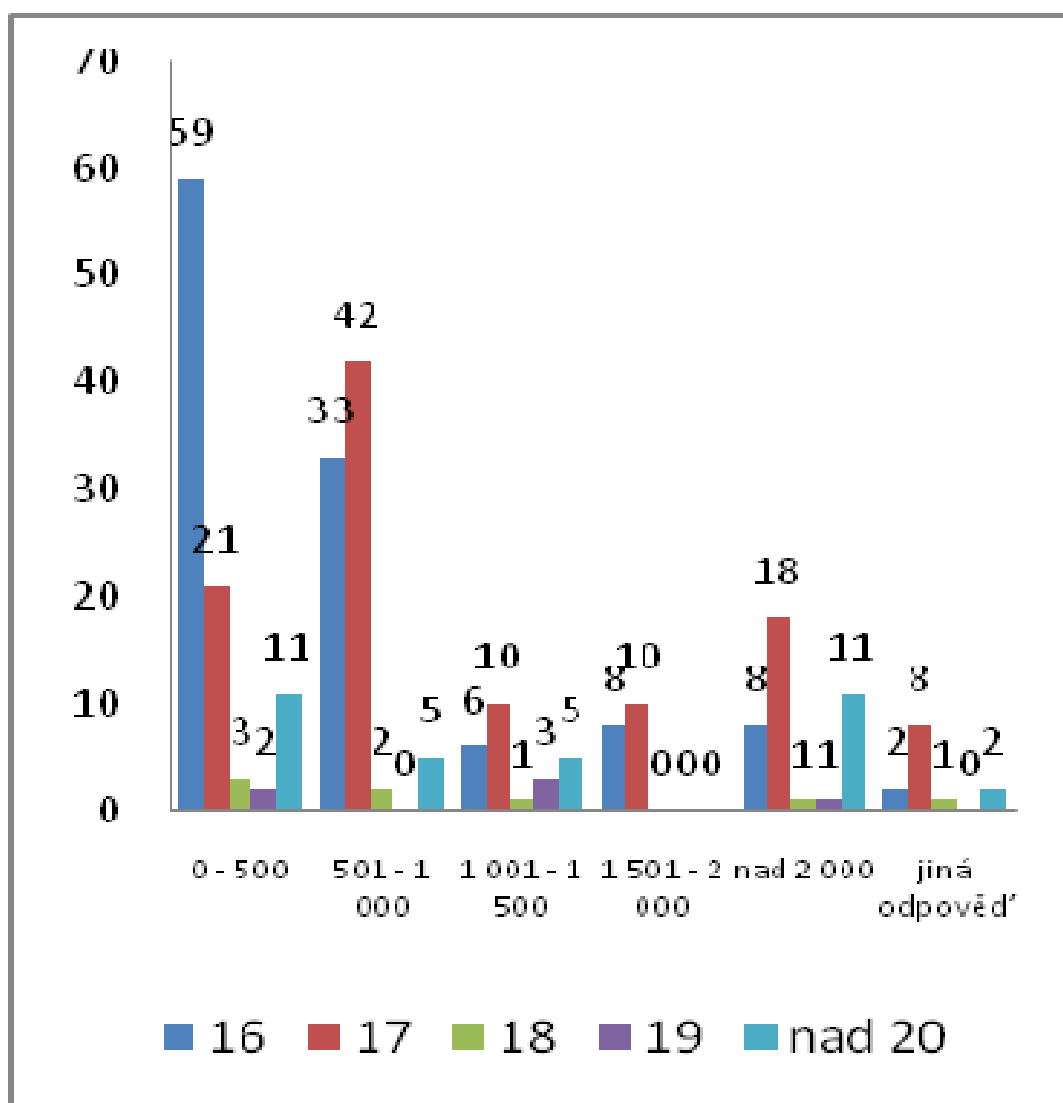
16 let	11
17 let	4
18 let	1
19 let	0
nad 20 let	1
celkem	17



## 12.7 Příloha č. 7 – Výdaje dle věku

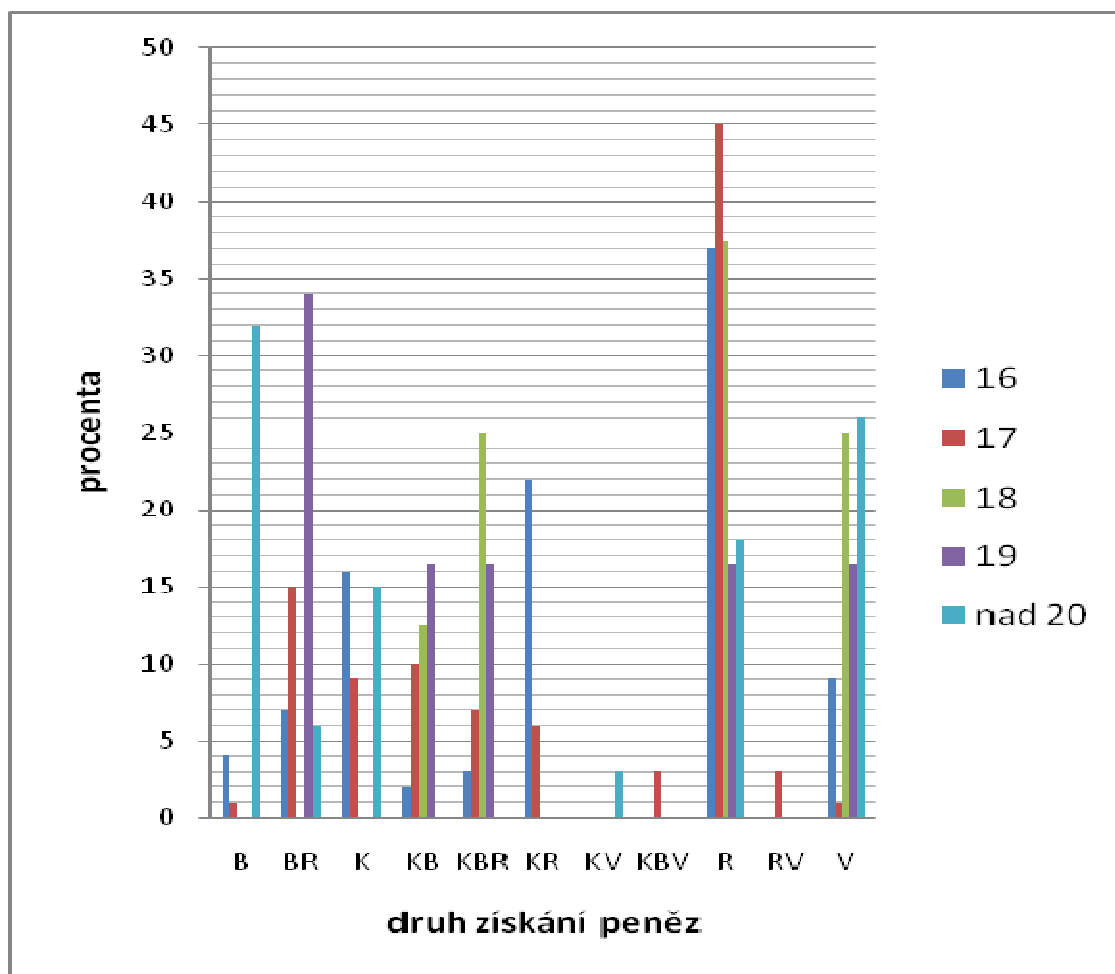
Kolik průměrně utratí podle věku:

věk	0 - 500	501 - 1000	1001 - 1500	1501 - 2000	nad 2000	jiná odpověď
16	59	33	6	8	8	2
17	21	42	10	10	18	8
18	3	2	1	0	1	1
19	2	0	3	0	1	0
nad 20	11	5	5	0	11	2



Oblečení si podle věku hradí dle podílu respondentů z:

věk	B	BR	K	KB	KBR	KR	KV	KBV	R	RV	V
16	4	7	16	2	3	22	0	0	37	0	9
17	1	15	9	10	7	6	0	3	45	3	1
18	0	0	0	12,5	25	0	0	0	37,5	0	25
19	0	34	0	16,5	16,5	0	0	0	16,5	0	16,5
nad 20	32	6	15	0	0	0	3	0	18	0	26



Vysvětlivky:

B – brigáda      K – kapesné      R – od rodičů      V – výdělečná činnost

BR – brigáda + od rodičů

KB – kapesné + brigáda

KR – kapesné + od rodičů

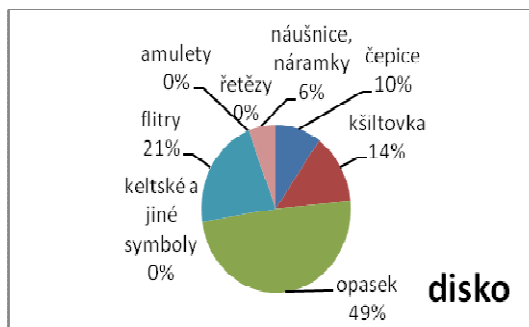
KBR – kapesné + brigáda + od rodičů a ostatní kombinace

## 12.8 Příloha č. 8 – Doplnky

5) Kterému doplňku dáváte přednost? (vybráno 5 nejoblíbenějších stylů)

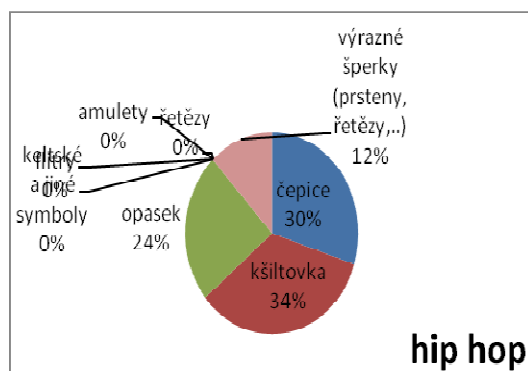
**tabulka a graf – disko – 55 respondentů**

disco	počet
čepice	5
kšiltovka	7
opasek	25
keltské a jiné symboly	
flitry	11
amulety	
řetězy	
náušnice, náramky	3



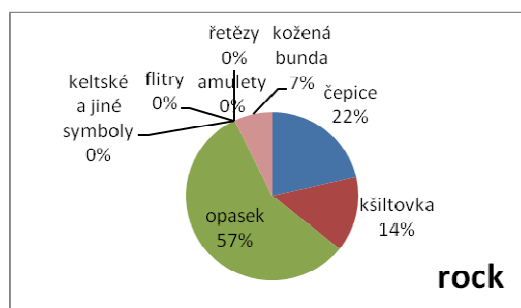
**tabulka a graf - hip hop – 49 respondentů**

hip hop	počet
čepice	15
kšiltovka	17
opasek	12
keltské a jiné symboly	
flitry	
amulety	
řetězy	
výrazné šperky (prsteny, řetězy,...)	6



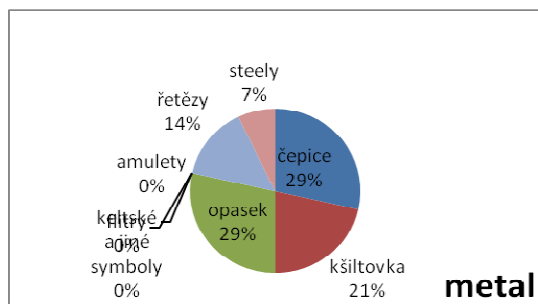
**tabulka a graf – rock – 44 respondentů**

rock	počet
čepice	3
kšiltovka	2
opasek	8
keltské a jiné symboly	
flitry	
amulety	
řetězy	
kožená bunda	1

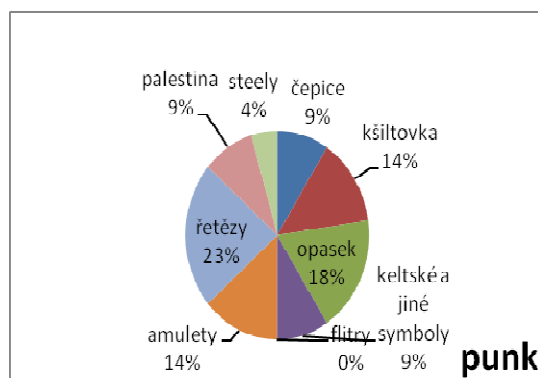


**tabulka a graf – metal – 21 respondentů**

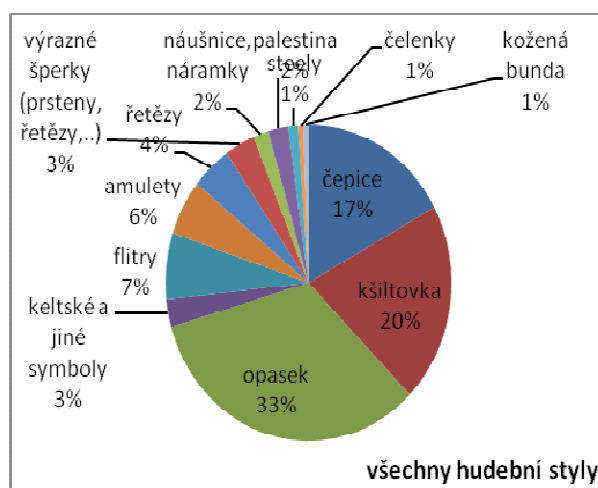
metal	počet
čepice	4
kšiltovka	3
opasek	4
keltské a jiné symboly	
flitry	
amulety	
řetězy	2
steely	1

**tabulka a graf –punk – 17 respondentů**

punk	počet
čepice	2
kšiltovka	3
opasek	4
keltské a jiné symboly	2
flitry	
amulety	3
řetězy	5
palestina	2
steely	1

**tabulka a graf - celkem všechny styly – 133 respondentů**

celkem všechny styly	počet
čepice	30
kšiltovka	36
opasek	58
keltské a jiné symboly	5
flitry	12
amulety	10
řetězy	8
výrazné šperky (prsteny, řetězy,...)	6
náušnice, náramky	3
palestina	4
steely	2
čelenky	1
kožená bunda	1



## 12.9 Příloha č. 9 – Preferované značky uváděné respondenty

preferované značky všech respondentů		preferované značky všech respondentů	
nike	23	G-Unit	2
adidas	21	coogi	2
Horsefeathers	12	etnies	2
roxy	11	king road	1
fishbone	9	queen of darkness	1
exe	4	haró rock café	1
burton	6	meatfly	1
chillin	6	reebook	1
DC	7	nuget	1
gate	5	respect	1
repulse	5	analog	1
house	5	fox	1
convers	4	ombre	1
replay	4	orsay	1
mil-tec	2	dakayne	1
pepe jeans	2	golddiga	1
everlast	3	gravity	1
diesel	5	new era	1
funstorm	5	no fear	1
reserved	2	animal	1
puma	4	hurley	1
ecko red	4	sir Benni Miles	1
amisu	3	lacoste	1
levi's	3	element	1
adio	2	volcom	1
terranova	2	orsay	1
vans	3	SK8	1
billabong	2	smog	1
kenvelo	2	guess	1
lee coper	2	nitro	1
baby phat	2		